УНИВЕРСИТЕТ ЛОБАЧЕВСКОГО

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (ИЭП)

МОЛОДЕЖЬ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

VIII региональная научно-практическая студенческая конференция

10-11 декабря 2020 г.

Нижний Новгород

2020

Редакционная коллегия:

А.О. Грудзинский, С.Н. Яшин, Ю.А. Попова, В.Г. Фролов, А.В. Остапенко

Молодежь и предпринимательство: проблемы теории и практики: Материалы VIII региональной научно-практической студенческой конференции (Нижний Новгород, 10-11 декабря 2020 г.). – Н.Новгород: Изд-во ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2020. – 1301 с.

В сборнике представлены тезисы докладов VIII региональной научно-практической студенческой конференции, посвященной экономическим и финансовым аспектам предпринимательской деятельности. В материалах конференции освещаются вопросы развития бизнеса в условиях цифровой экономики, рассматриваются приоритетные направления развития государственного и муниципального управления, поднимаются актуальные проблемы стратегического и инновационного менеджмента, а также управления креативным персоналом на современных предприятиях, исследуются математические и компьютерные модели и методы в бизнес-аналитике.

Для студентов, аспирантов и молодых специалистов в области экономики, финансов, государственного муниципального управления, бухгалтерского учета, менеджмента, торгового дела, туризма и управления персоналом.

Материалы публикуются в авторской редакции.

Секция 1. РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: НОВЫЕ ТОЧКИ РОСТА И ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

Абрамова А.Д. *Применение блокчейн-технологии в бухгалтерском учёте...17*

Акопджанян Ж.Х. *Трансформация профессии бухгалтер в условиях цифровизации …….23*

Ашихмина С.С. *Цифровая трансформация финансового сектора…….31*

Басова Е. В. *Искусственный интеллект в бухгалтерском учете ……..41*

Белоглазова О. А. *Актуальные проблемы внутреннего контроля в коммерческих организациях …….46*

Береснева А.Д. *Анализ экономического состояния организации и перспективы развития …….53*

Бирюкова Л.Ю. *Информационные потребности молодежи Нижегородской области …….57*

Борисенкова Н.А. *Влияние социальных сетей на молодёжное общение……63*

Васильев А. И. *Web-сайт компании как инструмент развития бизнеса в условиях цифровой экономики ……..67*

Воробьева Д.В. *Современная концепция формирования бухгалтерской финансовой отчетности в бизнес процессах экономического субъекта……74*

Горин И.А. *Эффективное управление бизнесом…….79*

Евграфова Т.В. *Система внутреннего контроля как элемент управленческого учета…….84*

Жарикова А.М. *Интернет, как средство распространения культурного продукта …….92*

Жерихова Н.С. *Оценка финансового состояния компании с учетом коэффициентного анализа……..98*

Жероспаева А.И. *Влияние дистанционных технологий на качество обучения и жизни студентов……..107*

Жолдошова Д.Ш. *Повышение эффективности системы внутреннего контроля в условиях бухгалтерского аутсорсинга ……..114*

Жучков А.А. *Актуальность аутсорсинга бухгалтерского учета в современных условиях ……122*

Золотов С.А. *Влияние безусловного основного дохода на трудовую мотивацию молодых работников ……127*

Зяблых Е.Ю. *Статистика молодежных интернет-покупок ……131*

Калямагина Е.В. *Списание безнадежных долгов по причине банкротства должника в бухгалтерском и налоговом учете ……137*

Книгина Е.Д. *Развитие бухгалтерского учёта в условиях цифровизации...143*

Князев Р.С. *Большие данные в логистических потоках ……..149*

Корнилов Г. Н. *Облачные технологии как главный курс развития бухгалтерского учёта в цифровой экономики……156*

Короткова Д.С. *Статистический анализ роли социальных сетей в жизни современной молодежи ……162*

Кочкина А.В. *Перспективы внедрения цифровых технологий в бухгалтерском учете……169*

Курочкина Е.С. *Цифровизация рекрутинга на основе внедрения чат-ботов…… 175*

Кутьева А.Е. *Интернет как международная многофункциональная система. Тренды и тенденции развития ……184*

Кучеренко А.Д. *Развитие бухгалтерского учета организаций в условиях цифровизации экономики ……189*

Луконина А.И. *Комплексная оценка финансовой устойчивости организации с учетом риска банкротства ……196*

Лямкова А.В. *Цифровизация экономики и развитие рынка электронных услуг в сфере туризма …… 204*

Мартемьянов Н.С. *Автоматизация торговли и роботизация ритейла…..212*

Мартынова Т.С.*Модель оценки и предупреждения рисков на промышленном предприятии в рамках стратегии внедрения цифровых решений …… 222*

Минько Т.А. *Основные функции и развитие методик внутреннего контроля экономического субъекта ……230*

Мозжухина Д.В. *Особенности внутреннего контроля ведения бухгалтерского учета……236*

Муравьёв О.М. *Инновации в бухгалтерском учете …….246*

Плетникова А.Е. *Перспективы цифрового формата бухгалтерского учета и отчетности, внутреннего контроля……252*

Поздеева С.В. *Актуальные проблемы внутреннего контроля при использовании бухгалтерского аутсорсинга……..259*

Семенова Е.А. *Проблемы представления массивов исходных данных для интеллектуальных технологий поддержки принятия решений в сфере бизнеса……266*

Седов И.М. *Развитие экономических отношений в условиях цифрового и информационного прогресса……272*

Скопин В.С. *Анализ спроса на сервисы онлайн-образования среди молодежи Нижегородской области …….278*

Согомонян А.Ж. *Оценка внутреннего контроля на примере ООО "Стекло-Люкс" ……285*

Субботина К.Г. *Банковский сервис цифровой бухгалтерии малого и среднего бизнеса……294*

Тарасова А.О. *Новые точки роста и трансформация бизнес-процессов бухгалтерского учета……300*

Ткачёва Д.А. *Совершенствование информационной системы внутреннего контроля бухгалтерского учета……306*

Токарева А.И. *Проблемы реализации функций внутреннего контроля при использовании бухгалтерского аутсорсинга…… .314*

Шароварова Е.А. *Статистический анализ досуга молодежи в Интернете……322*

Шумилина А.А. *Корпоративная благотворительность как фактор экономического роста компаний …….325*

Шуткова М.Р. *Цифровая трансформация бизнес-процессов на примере продуктовой сети магазинов…….332*

Секция 2. КОРПОРАТИВНЫЕ И ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ФИНАНСЫ: СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД НА ИЗУЧЕНИЕ АКТУАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ

Артемьева Ю.А. *Анализ бюджетного дефицита субъекта РФ и методов его финансирования…….339*

Зяблых Е.Ю. *Сравнение финансовой отчетности ПАО «Аэрофлот» и «AmericanAirLinesGroup»…….345*

Ивашечкина Е.С.*Методологические аспекты управления денежными потоками предприятия……352*

Канатьева Е.Д. *Возможности использования имущественного налогового вычета по НДФЛ для граждан России……358*

Коледенков В.А. *Банковский сектор как лидер цифровых технологий……366*

Коткова Я.А. *Транспортный налог: проблемные аспекты и актуальные изменения …… .371*

Ксенофонтов Е. В. *Динамика ключевой ставки Центрального банка Российской Федерации за последние 7 лет…….378*

Кудашкин А.В. *Оценка финансово-экономического состояния предприятия и пути его улучшения…….383*

Маврина А.В. *Анализ состояния промышленного производства в Российской Федерации: проблемы и тенденции его развития ……390*

Мандрик И.А. *Первичное влияние повышения ставки НДС на доходы федерального бюджета РФ……397*

Попукалов О.С. *Налогообложение налогом на прибыль организаций ……403*

Саванина И.Р. *Роль биометрии в сфере кредитования в условиях пандемии COVID-19 …….409*

Свешникова Е.В. *Анализ влияния COVID-19 на исполнение бюджета Нижегородской области за 2020 год……415*

Синякова П.В. *Положительный опыт налогообложения солидарным налогом в Германии нового времени…….419*

Спиридович Е.Т. *Проблемные аспекты создания резервов под снижение стоимости материальных ценностей…….425*

Страхов В.А. *Проблемы использования коэффициентного анализа в делах о банкротстве ……431*

Сушко И.Д. *Российский рынок труда в условиях пандемии, вызванной COVID-19…….439*

Секция 3. ФИНАНСОВЫЙ МОНИТОРИНГ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПРОГНОЗЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ

Афонина И.С. *Основные проблемы финансового мониторинга в Российской Федерации*……446

Кравченко А.С. *Система показателей - индикаторов, позволяющих оценить риск манипулирования данными финансовой отчетности предприятий* ……452

Никитина А.А. *Анализ рынка мебели и пути выхода из кризиса* ……459

Потапова Е.В. *Бухгалтерский баланс как инструмент мониторинга* ……463

Старцева К.В. *Государственное финансирование национальных проектов в условиях пандемии*……469

Чернова И.С. *Судебная налоговая экспертиза: определение понятия и места в составе судебной экономической экспертизы* ……475

Чувагина С.Я. *Информационное обеспечение в финансово-экономической экспертизе* ……481

Чувашева Т.А. *Анализ финансирования национальных проектов на 2021-2023 годы*……487

Секция 4. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО И ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Адуко Мо Абле Эжан Матье *Антикризисное управление персоналом организации* ……. 494

Вербин Д.А. *Управление развитием бизнеса с использованием технологий цифровой экономики: проблемы и перспективы*……500

Груздева Я.Е. *Новые тенденции управления бизнесом в условиях пандемии*……506

Гуань Миньнань *Анализ инноваций в управлении предприятием в эпоху «Интернет +»* ……512

Девнин В.К. *Пути повышения конкурентоспособности фирмы*……517

Киселева А.К. *Совершенствование процесса управления взаимоотношениями с клиентами с использованием CRM-систем …….523*

Мохамед Рукиа *Стратегическое управление персоналом и подготовка кадров …….532*

Соколова И.А. *Основные тенденции управления персоналом в условиях гибридной занятости работников …….538*

Секция 5. ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Клюшина Е.И. *Современные тенденции и основные направления развития туризма в Ростовской области …….543*

Кочина А.И. *Совершенствование организации труда муниципальных служащи х …….550*

Краснопевцева А.М. *Экономические проблемы управления муниципальной собственностью …….558*

Маковейчук А.В. *Совершенствование механизмов кадровой политики и повышение эффективности управленческих процессов в государственном секторе в условиях цифровой экономик и……566*

Мамиоффе А.Р. *Пути повышения конкурентоспособности образовательных учреждений …… 571*

Мигович В.А. *Особенности нормативно-правового регулирования в молодежной политике РФ……575*

Соловьев А.Е. *Мониторинг реализации Стратегии развития Нижегородской области до 2035 года с использованием технологий искусственного интеллекта……580*

Фролов Г.А. *Профилактика экстремизма и терроризма в молодежной среде Нижегородской области……588*

Секция 6. CONTEMPORARY RESEARCH TOPICS IN MANAGEMENT AND ENTREPRENEURSHIP

Agbo Dennis Kojo *Monetary Integration in Africa: the Case of CFA Franc Zones……593*

Balogun John Oladipupo *Trade Wars Effect on Chinese and United State Economy…… .598*

Boukhatem Mohamed *The Importance of Implementation of Digital Marketing Strategy in the Hospitality and Tourism Industry……603*

Hana Mark Hany Emil *Strategic Managementin Honda …… …613*

Herrera Lima Irma Elena *Trade War: Causes and Consequences ……619*

Li Huan *Explore Huawei's distinctive salary management and human resource management system …… 626*

Mhlanga Jason *Small And medium-sized Enterprises' Influence on GDP and vice versa in Poland ……641*

Nyanda Precious *Regional Economic Integrational Processes: Challenges and Advantages …… 653*

Otman Samira *Comparative Analysis of the Banking System Efficiency in Morocco and the Russian Federation……658*

Patterson Ezekiel Sowah *The Effects of Leadership Style on Employee Performance in SME Businesses in the Ghana……665*

Sithole Ntsika Mabutfo *World Income Inequality……670*

Vizuete Vasconez Camila *Global Financial Crisis: Causes and Consequences…….675*

William Kushatha Ann *Marketing Strategy of Samsung and Apple…….680*

Youngblood Kevin H *The Ecopolitical Post-Trump Covid-19 Landscape of the United States from a Global Perspective ……687*

Кудашкин А.В. *Преимущества и недостатки членства России во Всемирной торговой организации (ВТО)……702*

Секция 7. УПРАВЛЕНИЕ КРЕАТИВНЫМ ПЕРСОНАЛОМ

Артемьева Л.И. *Особенности управления персоналом посредством социально-психологических методов……709*

Иудина О.И. *Автоматизация при анализе использования рабочего времени ООО «Энергосила» ……714*

Костылева Н. В. *Анализ кадрового потенциала как динамически развивающегося явления……719*

Крутикова Р. А. *Развитие креативных индустрий и управление креативным персоналом ……727*

Кузнецова М. А. *Значение креативных сотрудников на примере центра переработки и продажи изделий из джинсовой ткани «Живой кит»……732*

Любимцева Д. С. *Управление креативным персоналом в современной России…… 737*

Милова Ю. Д. *Внедрение креативного стиля управления персоналом в современных условиях……745*

Молева Ю.А. *Профилактика и коррекция синдрома эмоционального выгорания……751*

Семенова Е. А. *Проблемы представления массивов исходных данных для интеллектуальных технологий поддержки принятия решений в сфере бизнеса……757*

Секция 8. РАЗВИТИЕ СФЕРЫ УСЛУГ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ: СТРАТЕГИИ, ИННОВАЦИИ, КОМПТЕНЦИИ

Подсекция «Сервис и туризм»

Базанов А.В. *Основные инициативы национального проекта в сфере равития туризма в Российской Федерации……765*

Бахтова Ю.Е. *Россия в 2020 году: Возрождение внутреннего туризма…..772*

Ермакова А.Н. *Применение digital-технологий в гостиничных предприятиях……777*

Зырянова В.В. *Перспективы развития Нижегородского туризма…… ….784*

Клюшина Е.И. *Современные тенденции и основные направления развития туризма в Ростовской области……791*

Ковальчук В.Д. *Event-менеджмент как средство повышения доходности отеля……798*

Козлова А.М. *Тенденции развития гостиничного бизнеса……805*

Лямкова А.В. *Цифровизация экономики и развитие рынка электронных услуг в сфере туризма……811*

Мазетова Д.С. *Особенности работы предприятий общественного питания в период пандемии «COVID-19» в Нижнем Новгороде……818*

Миляева А.В. *Особенности и перспективы развития фото-туризма……825*

Мордовцев Р.И. *Перераспределение направлений и видов туризма в 2020 г. ……832*

Рябова А.А. *Разработка дополнительных услуг в гостиничном предприятии……840*

Сафонова Т.А. *Диджитализацияивент индустрии в посткарантинный период……845*

Семенова Д.О. *Эпидемиологическая безопасность в средствах размещения в период пандемии……850*

Терехин Р.В. *Изменения и новшества в деятельности гостиничных предприятий, вызванные пандемией коронавируса……857*

Трущенков Д.М. *Особенности ресурсосбережения в гостинице……863*

Угольковa Ю.А. *Организация обслуживания клиентов с животными…..870*

Чиркова Е.Н. *Перспективы применения экологических инициатив в бизнесе города Нижнего Новгорода……882*

Чурбанова В.В. *Особенности работы гостиничных предприятий на примере конференц-залов в период пандемии COVID-19 в Нижнем Новгороде……878*

Юрасова А.В. *Способы увеличения загрузки гостиничных предприятий в период пандемии……891*

Подсекция «Торговое дело»

Бундакова Н.А. *Инструменты цифрового маркетинга в развитии непродовольственных торговых сетей: обзор зарубежной практики…….899*

Воронина Т.С.*Оптимизация расстановки складского оборудования на предприятии ООО «Автомобильный завод «Газ»…… ...908*

Зуева Я.В. *Исследования влияния внутренних факторов на управление товарными запасами в розничной торговле……...915*

Картавина Д.С. *Современные тенденции развития распределительной логистики для роста эффективности продаж торгового предприятия….922*

Красильникова А. С. *Практики использования цифровых решений в розничных торговых сетях……...928*

Кузьмичева Т.А. *Современное состояние и тенденции развития складской логистики в России и за рубежом…… .936*

Малинин П.Е. *Особенности развития автомобильного рынка в современных условиях……943*

Осипова М.М. *Сравнительный анализ оптимизации информационных потоков в зарубежных компаниях…….948*

Павликова Н.В. *Проблемы и перспективы применения российскими ритейлерами цифровых технологий в доставке …….955*

Потоцкая П.А. *Развитие омниканальных систем сбыта в российской торговле…….962*

Рысёва П.И. *О проблемах логистического обеспечения сбытовой деятельности современного предприятия …….969*

Фатенкова А.И. *Планирования закупок сельскохозяйственной техники в дилерской сети…….977*

Секция 9. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И КОМПЬЮТЕРНЫЕ МОДЕЛИ И МЕТОДЫ В БИЗНЕС-АНАЛИТИКЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Бубнышева А.П. *Цифровизация бизнеса: технологические тренды в условиях пандемии COVID-19……984*

Ведяков Е.В. *Циклы в современной российской нефтепереработке ……990*

Горбылева А.И. *Проблемы оценки уровня продовольственной безопасности……995*

Горина Е.Е. *Исследование инновационного развития регионов России с применением нейронных сетей……1000*

Зореновская Д.Н. *Национальная продовольственная безопасность России в условиях международных санкций……1006*

Капустин Д.О. *Математическое и компьютерное моделирование парной линейной регрессии……1016*

Копкина Е.А. *Влияние цифровизации региональной экономики на экономическую безопасность РФ……1023*

Крылова Е.В. *Искусственный интеллект в банковской сфере…… …1031*

Мандрик М.В. *Исследование современного состояния человеческого капитала России……1037*

Мендонго К.Д.А. *Дисперсионный анализ показателей образования республики Габон……1046*

Могутина Е.А. *Нейросетевое моделирование инновационной деятельности как фактора экономической безопасности регионов России ……1053*

Новикова И.Д. *Инновации как фактор экономического развития ……1060*

Подольская А.М. *Нейросетевой анализ цифровой экономики России в контексте развития региональных инновационных экосистем……1066*

Реутенко К.Н. *Неоклассическая модель экономического роста с учетом неотделимой функции полезности ……1074*

Столярова Д.Д. *Анализ и перспективы онлайн образования в России на современном этапе ……1079*

Филиппова В.А. *Использование математических моделей в организации грузовых перевозок……..1085*

Хлыбова Ю.С. *Компьютерные методы бизнес-аналитики для корпоративных информационных систем на примере «1С: Предприятие» и «Бизнес-аналитик»…… 1091*

Шонин А.А. *ИКТ как фактор экономического роста……1095*

Секция 10. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Кузнецова М.А. *Нейросетевая кластеризация на массиве профессионально-психологических профилей ……1103*

Миронов Е.А. *Анализ динамики показателей человеческого потенциала регионов российской федерации с применением самоорганизующихся карт Кохонена……..1111*

Назарова К.С. *Нейросетевое прогнозирование направления профессиональной активности человека …….1118*

Селезнева Н.В. *Применение нейронных сетей для определения коммуникативного уровня работнико в…….1125*

Семенова Е.А. *Проблемы представления массивов исходных данных для интеллектуальных технологий поддержки принятия решений…….1132*

Шашунов С.А. *Проблемы внедрения ERP систем для муниципальных, бюджетных организаций Нижегородской области…….1137*

Шигалев А.А. *Проблемы подготовки массивов данных для обучения искусственных нейронных сетей в процессе решения прикладных задач……..…1142*

СЕКЦИЯ 11. ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ В СОВРЕМЕННОМ ЦИФРОВОМ ОБЩЕСТВЕ

Карявкин Н.А. *Моделирование уровня экономических преступлений……1148*

Мазурова Т.Д. *Моделирование эмиграции трудовой силы…….1156*

Маланичев А.С. *Моделирование взаимосвязи экономических преступлений с экономической активностью населения и изменениями экономической ситуации …….1162*

Малинина А.А.*Моделирование темпа инфляции в США ……..1167*

Мищенко В.А. *Оценка качества модели уровня благосостояния населения Нижегородской област и ……..1173*

Новиков Н.Д. *Моделирование уровня инфляции в России ……1180*

Обидина М. М. *Анализ взаимосвязи между средней заработной платой по Нижегородской области и ВРП региона …….1189*

Овчинникова Д. Д. *Влияние фондовых индексов на формирование цены акций ……1195*

Стародумова Ю.И. *Моделирование объема разработанных передовых производственных технологий в Российской Федерации…….1198*

Сюткина Е.А. *Моделирование темпа инфляции в России……..1204*

СЕКЦИЯ 12. ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ И ВОПРОСЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аниканова В.А. *Личность и деятельность предпринимателя в предметном поле психологических знаний…….1213*

Бубнова Э.Г. *К вопросу о психологической поддержке личности с целью ее социальной адаптации …… 1220*

Быкова Е.В. *Преодоление психолого-педагогических барьеров в иноязычной коммуникации у подростков ……1227*

Горячкин В.А. *Психологические аспекты взаимодействия между людьми в сфере цифровой экономики……1232*

Есис П.А. *Социально-психологический аспект теоретических и методологических основ командообразования……1239*

Зиняков Ю.В. *Некоторые аспекты проблемы восприятия предпринимательства в России …….1243*

Корчагина А.А. *Актуальность исследования психологического благополучия в трудовой деятельности …….1249*

Кривенкова Э.А. *Феномен ответственности в исследованиях отечественных и зарубежных психологов ……1255*

Медведев Д.А. *Основные проблемы в процессе социально-культурной адаптации в вузе……1260*

Новицкая Н.В. *Психологическая компетентность юриста в процедуре банкротства граждан……1267*

Новоспасская Е.Д. *Психологическая готовность студентов экономического профиля к предпринимательской деятельности……1274*

Руфанова А.Р. *Нижегородское купечество – прообраз современного предпринимательства ……1279*

Сорокина А.Е. *Психологические особенности эмоционального интеллекта субъектов управленческой деятельности ……1287*

Улусова С.С. *Особенности формирования профессиональных компетенций студентов во время обучения в вузе……1291*

Хитрюк О.А. *Нижегородская топонимика как фактор развития туризма……1295*

Секция 1. РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: НОВЫЕ ТОЧКИ РОСТА И ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

ПРИМЕНЕНИЕ БЛОКЧЕЙН ТЕХНОЛОГИИ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

Абрамова А.Д

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Цифровая экономика в настоящее время развивается стремительными темпами. Цифровизация затрагивает все сферы человеческой жизни. В частности, бухгалтерский учет как наука находится на стадии разработки инноваций и внедрения новых технологий. Сейчас появляются новые технологии для сбора, обработки, хранения и передачи информации, что значительно ускоряет процесс работы, при этом улучшая качество информации. Также технологические возможности цифровизации позволяют в дальнейшем изменить содержательные и методологические основы бухгалтерского учета.

Уже несколько лет мы можем наблюдать, как уходит в прошлое «бумажная» бухгалтерия, а на смену ей приходит электронный документооборот. Использование системы электронного документооборота (СЭД) позволило сократить время на поиск, согласование, подписание документов.

Одной из тенденций 2020 года является облачное хранение данных, которое освобождает от установки объемного программного обеспечения на все персональные компьютеры, используемые бухгалтерами. Облачный бухгалтерский учет позволяет хранить все эти данные на удаленных серверах и предоставляет дополнительный уровень их защиты.

Огромную роль в работе бухгалтера сейчас играет искусственный интеллект. Широко применяются бухгалтерские автоматизированные

системы – это программное обеспечение, которое выполняет трудоемкие комплексные бухгалтерские задачи, а также избавляет от арифметических ошибок и неточностей в учете. Многие операции производятся автоматически и обязательно документируются. Автоматизация бухгалтерского учета является одной из главных задач для предприятия, так как это обеспечит лучшее выполнение необходимых операций и облегчит весь процесс ведения учета.

За последнее десятилетие набирают популярность блокчейн-технологии. Технология Blockchain (блокчейн) – это способ хранения данных или цифровой реестр транзакций, сделок, контрактов. Данная технология позволяет хранить отдельные независимые записи и, при необходимости, структурировать их в необходимых разрезах. Цифровые записи объединяются в «блоки», которые потом связываются криптографически и хронологически в «цепочку» с помощью сложных математических алгоритмов. Каждый блок связан с предыдущим и содержит в себе набор записей. Новые блоки всегда добавляются строго в конец цепочки. Копии последовательностей блоков хранятся на десятках тысяч компьютеров, подключенных к сети блокчейн. Тем самым образуется децентрализованная распределенная система реестров, изменить данные в которых, невозможно без согласия всех участников системы.

Технология блокчейн не только смогла изменить экономическую среду, но и определила новые подходы к управлению бизнесом. Первоначально блокчейн использовался в сфере криптовалют. Однако эта система великолепно подходит для работы с самыми различными данными, в частности с финансовыми. Бухгалтерский учет является одним из наиболее подходящих бизнес-процессов для внедрения технологии блокчейна.

Каждое предприятие использует двойную запись для отражения фактов хозяйственной жизни: по дебету одного и кредиту другого счета в одинаковой оценке. Ничто им не мешает делать третью запись в единый регистр, который позволит продемонстрировать финансовую прозрачность

деятельности юридических лиц. Такая система называется «тройная учетная запись». Информация, занесенная в регистр, защищена от изменений и не может быть сфальсифицирована или уничтожена благодаря криптографической защите и системе распределения. Данные регистра станут доступны тем, кому они необходимы, например, акционерным компаниям, регулирующим органам или аудиторам. При этом меняется только способ хранения данных фактов хозяйственной жизни и их регистрации. А также эта система может стать основой для отчетов и проверки их достоверности.

Можно выделить некоторые преимущества блокчейна:

- Уменьшение количества ошибок. Многие операции в блокчейне после попадания в него данных происходят автоматически, уменьшая вероятность совершения человеческой ошибки.
- Сокращение затрат. Уменьшение ошибок, совершенных бухгалтером при ведении учета, позволит также сократить время на проверку его корректности. Это приведет к снижению затрат на ведение бухгалтерского учета и повысит эффективность работы бухгалтера.
- Снижение вероятности мошенничества. Чтобы изменить запись в блокчейне, необходимо сделать одно и то же изменение для всех копий распределенной сети в одно и то же время, что практически невозможно.
- Сокращение времени на аудит. Использование технологии блокчейн позволит автоматические выполнять многие функции аудита, а это сократит время, необходимое аудитору для просмотра записей. Соответственно это позволит больше времени уделить на качественный анализ информации.

Блокчейн с точки зрения доверия может быть чрезвычайно полезен в современной индустрии бухгалтерского учета. Данная технология может быть постепенно интегрирована с типичными процедурами бухгалтерского учета: начиная с обеспечения целостности записей и заканчивая полностью

отслеживаемыми аудиторскими процедурами. Впоследствии процесс аудита может стать полностью автоматизированным.

Внедрение новой технологии в бухгалтерский учет, безусловно, требует повышения квалификации бухгалтеров. Благодаря технологии блокчейн происходит автоматизация многих процессов учета, что сокращает время у бухгалтера на внесение информации в базу данных и на регистрацию фактов хозяйственной жизни. При этом появится возможность больше времени уделять разъяснению экономического содержания операций, правильного отражения хозяйственных операций в бухгалтерском учете и отчетности и разработке профессиональных суждений о деятельности компании. Для это необходимо повышать квалификацию бухгалтеров, чтобы они становились профессиональными аналитиками и разбирались в экономических процессах организации, в которой работают.

Несмотря на большое количество преимуществ для бухгалтерского учета и аудита, блокчейн-технология не лишена недостатков. Так, на платформах блокчейна присутствует вероятность появления ошибок и сбоев, поэтому сейчас использовать блокчейн слишком рискованно. И на данный момент в бухгалтерском учете и аудите используются прежние технологии.

Следует также сказать о том, сколько стоит внедрить новую технологию в систему бухгалтерского учета. По данным специалистов, стоимость является довольно высокой, так как для создания платформы блокчейна необходимо образовать распределенную сеть компьютеров, при этом каждый компьютер должен иметь большой объем памяти для хранения всей базы данных. Соответственно, это все требует значительных материальных и энергетических затрат. Но с другой стороны, это должно способствовать развитию данной технологии и совершенствовать способы хранения информации.

На данный момент появлению и использованию технологии блокчейн в бухгалтерском и налоговом учете мешает устаревшее законодательство в этой сфере. Так, в законодательстве Российской Федерации на сегодня

существует очень много спорных вопросов в учете. На одно понятие в учете может быть два разных объяснения с точки зрения бухгалтерского учета и налогового учета. Поэтому из-за неоднозначности и неточности нормативно-правовой базы и ведется два вида учета: бухгалтерский и налоговый. А это в свою очередь также препятствует появлению в этих сферах блокчейн-технологии.

При этом новая блокчейн-технология будет очень полезна государству, особенно в налоговой сфере, так как поспособствует эффективной борьбе с мошенничеством. Также она откроет широкие возможности для контрольных органов власти, чтобы отслеживать незаконную деятельность компаний. Уклонение от уплаты налогов будет практически невозможным, так как при использовании блокчейн-технологии учет ведется прозрачно и в режиме реального времени. Из этого следует, насколько важен и нужен процесс внедрения технологии блокчейн в сфере бухгалтерского учета и аудита.

Таким образом, внедрение блокчейн-технологии в бухгалтерский учет и аудит естественным образом приведет к изменениям работы бухгалтера и аудитора, открывая им новые возможности. Так же прозрачность учета при использовании новой технологии будет полезна и на государственном уровне, способствуя предотвращению операций мошенничества и уклонений от уплаты налогов. Поэтому для России важно начинать формировать новую законодательную базу, при этом взаимодействуя с крупными аудиторскими компаниями, которые уже работают с технологией блокчейн и хорошо с ней знакомы. Для этого также будет необходима большая исследовательская работа в области блокчейн-технологии, которая поможет в дальнейшей разработке правовых норм.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Влияние цифровизации экономики на развитие бухгалтерского учета / Экономические исследования и разработки. Научно-исследовательсикй журнал / URL: http://edrj.ru/article/14-01-2019 (дата обращения: 09.11.2020)

2. Современные технологии в работе бухгалтерской компании / Бухгалтер.рф / URL: https://бухгалтер.рф/articles/bukhgalterskiy-autsorsing/sovremennye-tekhnologii-v-rabote-bukhgalterskoy-kompanii/ (дата обращения: 09.11.2020)

3. М.П. Селезнёва, А.С. Кочеткова, Научный руководитель: Ж.П. Антипина. Влияние цифровизации на бухгалтерский учет / International Journal of Humanities and Natural Sciences, vol.12-3 (39), 2019

4. Макарова, Л. М. Эволюция применяемых информационных технологий в бухгалтерском учете / Л. М. Макарова, О. В. Коробкова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2014. — № 1 (60). — С. 380-383. — URL: https://moluch.ru/archive/60/8753/ (дата обращения: 09.11.2020).

5. О.В. Чернявская, Н.В. Кулиш. Информационные технологии в бухгалтерском учете. 2017 – URL: https://novainfo.ru/article/10656 (дата обращения: 09.11.2020).

6. Цивенко, М. Ю. Трансформации профессии бухгалтера в условиях развития «цифровой экономики» / М. Ю. Цивенко. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 48 (182). — С. 100-102. — URL: https://moluch.ru/archive/182/46766/ (дата обращения: 10.11.2020).

7. Мобильные вычисления и блокчейн: тенденции 2020 года, которые перевернули область бухгалтерии / BusinessMan.ru / URL: https://businessman.ru/post/mobilnyie-vyichisleniya-i-blokcheyn-tendentsii-goda-kotoryie-perevernuli-oblast-buhgalterii.html (дата обращения: 10.11.2020).

8. Баев А. А.,Левина В. С., Реут А. В., Свидлер А. А.,Харитонов И. А., Григорьев В. В. Блокчейн-технология в бухгалтерском учете и аудите. Учет. Анализ. Аудит = Accounting. Analysis. Auditing. 2020

9. А. Халезов. Тройная бухгалтерия: как блокчейн решит вопрос прозрачности аудита. 2018 — URL: https://medium.com/@khalezov/тройная-бухгалтерия-как-блокчейн-решит-вопрос-прозрачности-аудита-6ee3650b6647 (дата обращения: 11.11.2020).

10. А. Иванов. Как блокчейн изменит бухгалтерию. 2018 — URL: https://www.klerk.ru/buh/articles/472371/ (дата обращения: 11.11.2020).

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРОФЕССИИ БУХГАЛТЕР В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Акопджанян Ж.Х.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В работе рассмотрены основные направления трансформации бухгалтерского учета, которые будут неизбежно связаны с развитием цифровизации экономики России. Важным направлением станет реорганизация бухгалтерского учета в зависимости от типов организаций, которые будут функционировать в условиях цифровизации экономики.

Кроме того, большое внимание уделено необходимости переподготовки кадров и изменениям нормативного регулирования бухгалтерского учета. Также предложено выделить новый объект бухгалтерского учета – цифровой актив.

В работе профессия бухгалтера представлена как одна из самых распространенных и востребованных. Рассматриваются вопросы трансформации профессии бухгалтера, в условиях новой реальности с учетом влияния развития цифровой экономики.

Все вышесказанное определяет актуальность выбранной темы.

Цель работы рассмотреть трансформацию профессии бухгалтер в условиях цифровизации.

Задачи работы изучить влияние цифровой экономики на профессию бухгалтер.

Предмет работы –общественные отношения возникающие в сфере изучения профессии бухгалтер.

Объект работы- цифровая экономика.

На протяжении длительного периода времени специальность бухгалтера остается одной из наиболее востребованных и актуальных профессий на рынке труда. Отмечается, что число бухгалтеров только в социальной сфере к декабрю 2018 года составило около 1,2 млн человек.

При общей численности населения России в 146,7 млн человек и рабочей силы в возрасте 15-72 лет в 76,5 млн человек, доля бухгалтеров социальной сферы составляет приблизительно 0,76% и 1,43%, соответственно. Следует отметить, что количество сотрудников социальной сферы составляет небольшую долю от общего количества бухгалтеров, вместе с тем, число бухгалтеров коммерческой сферы экономики значительно превышает численность специальность социальной сферы [2, с.10]. За последние несколько лет с развитием научно-технического прогресса все более значимым становится вопрос о применении новейших информационных технологий в разных областях деятельности, в том числе, и в бухгалтерском учете. По этой причине актуален вопрос о перспективах развития специальности бухгалтера, а именно, начнет ли данная профессия исчезать с рынка труда или же произойдет трансформация данной профессии.

Принятая Программа Правительства «Цифровая экономика Российскй Федерации» ввела однозначность в понятийный аппарат и определила теоретико-методологические основы цифровой экономики, указав на ее стратегическую роль в формировании информационного общества в Российской Федерации и сформулиров цели, предполагающие, в том числе, создание среды цифровой экономики , в которой, во-первых, данные в цифровой форме являются ключевым фактором производства во всех сферах социально-экономической деятельности и, во-вторых, обеспечено эффективное безграничное взаимодействие бизнеса, научнообразовательного сообщества, государства и граждан.

В этой связи научные дискуссии о сущности «цифровой экономики» становятся уже не столь актуальными, а область обсуждений перемещается в более конкретную, «трехуровневую» плоскость ее функционирования. Несмотря на то, что Программой определены два приоритетных уровня, нам представляется, что развитие первого уровня цифровой экономики в виде рынков и сфер деятельности, где осуществляется взаимодействие конкретных экономических субъектов, находится в неразравной связи с

другими уровнями, причем практическое взаимодействие субъектов в экономической сфере формирует своеобразный «заказ» на разработку системы нормативного регулирования и формирование соответствующих кадровых компетенций, предусмотренных третьим уровнем Программы.

Это наиболее очевидно применительно к области бухгалтерского учета (информационной системе регистрации , обработки и передачи информации о фактах хозяйственной жизни экономического субъекта), которая всегда олицетворяла собой «микроэкономическую модель цифровой экономики» в различных сферах деятельности, поскольку оперировала особым «языком цифр», использовала «особую технологию записи цифр» (метод двойной записи) при отражении фактов хозяйственной жизни , наглядно эволюционировала в использовании носителей информации (от берестяных дощечек, наскальных записей, бумажных регистров до электронного документооборота), и кардинально трансформировалась в средствах и технологии обработки цифровой информациии (от простейших счет, счетных машин, арифмометров, калькуляторов, ручной записи в Т-образных счетах и учетных регистрах до прикладных компьютерных программ, современных программных продуктов и ИТ технологий).

В настоящее время бухгалтерский учет обязана вести каждая фирма, и список должностных обязанностей бухгалтера в основном имеет зависимость от конкретной компании. Наиболее распространенным становится передача организацией ведения бухгалтерского учета сторонней компании, которая специализируется в этой сфере – применение аутсорсинга. Это избавляет от потребности содержать бухгалтеров в штате постоянных сотрудников. Бухгалтер обладает широким кругом обязанностей, а именно на нем лежит составление первичных документов, контроль за ее достоверностью, а также ее подготовка к счетной обработке. Кроме того, бухгалтер должен начислять заработную плату персоналу, выплаты по гражданским договорам и НДФЛ, вести налоговый и управленческий учет, составлять и сдавать налоговую отчетность в

соответствующие органы, а также минимизировать налоговые выплаты. Также бухгалтера обязаны обеспечивать нужной сопоставимой и достоверной бухгалтерской информацией внутренний и внешних пользователей финансовой отчетности

Тем не менее следует обратить внимание на то, что основная работа, которая сопровождается максимальными трудовыми и временными затратами, заключается в том, чтобы систематизировать всю документацию согласно стандартам ведения финансовой отчетности, и соответственно, учетной политики предприятия. Предполагается, что в ближайшее время будет возможно облегчить и полностью автоматизировать ведение, в том числе, налогового учета и избавить бухгалтеров от этой обязанности. Это осуществимо за счет активного развития IT-технологий и перехода к, так называемой, цифровой экономике. Европейское Сообщество определяет цифровую экономику как результат трансформационных эффектов новейших технологий общего направления в сфере информационной коммуникации. Данная трансформация повлияла на разные области как экономики, так и социальной сферы, к примеру, финансовые услуги, производство, здравоохранение, образование, СМИ. В бухгалтерском учете главным техническим инструментом обработки данных считается персональный компьютер. В настоящее время все чаще говорят об отказе от бумажного делопроизводства и о формировании универсальной электронной системы с применением единых классификаторов, при которой можно будет минимизировать ввод в документы данных с клавиатуры. И тут появляются две проблемы, которые требуют тщательного исследования: во-первых, насколько осуществимо введение данной электронной системы в нашей стране, и, во-вторых, как интенсивное применение IT-технологий скажется на профессии бухгалтера в перспективе и каково это воздействие на сегодняшний день [1, с.27]. Скорее всего, должно пройти достаточное количество времени прежде чем будет создана электронная система, которая будет отвечать всем требования ведения учета, так как несмотря на активное

развитие ITтехнологий в России, оно все еще значительно уступает развитым странам. Для того, чтобы упростить ведение бухгалтерской документации должна быть придумана концепция, которая продумана до мельчайших подробностей, в создании которой должны принимать участие специалисты как в области бухгалтерского учета, так и аналитики, юристы и ITспециалисты. Введение новой электронной системы повлечет за собой дополнительную статью расходов в списке её обязательств. В соответствие с этим, финансовые ресурсы, которые могли бы быть инвестированы в развитие компании, во внедрение новых технологий в производство, фирмы будут вынуждены потратить их на организационные расходы. Стоит обратить внимание на разность в заработной плате и наличии свободных денежных ресурсов и доступ к ним в центре и в регионах России – здесь будет наблюдаться существенное различие, как в финансовом состоянии, так и в наличии квалифицированных кадров. Не стоит забывать о том, что критерии функционирования одного и того же рынка сильно отличаются в регионах нашей страны [3, с.20]. Однако, в любом случае, тенденции к активному введению новейших информационных технологий имеются, и по истечению времени они станут выполнять еще больше функций [4,5]. В соответствии с этим, количество работы бухгалтеров значительно снизится. Именно поэтому, сейчас популярно мнение, что профессия бухгалтера со временем будет менее востребованной на рынке труда, а в дальнейшем и вовсе исчезнет. Но, как уже было отмечено, в ближайшей перспективе в пределах всей России о таком исходе говорить еще рано. Гораздо вероятен другой сценарий развития событий, а именно, допустимо перенаправление обязанностей бухгалтера в сторону консультирования, планирования и формирования оптимальной стратегии для фирмы, т.е. будет изменен вид деятельности. Данная тенденция уже наблюдается в других профессиях, к примеру, в аудите, где, помимо проверки правильности сведений ведения учета, эксперты могут помочь фирмам найти подходящее решение по их направлению деятельности для извлечения наибольшей прибыли. Вместе с

тем, бухгалтерский учет, также как и сейчас, должен будет совершенствоваться, и рынку будут нужны эксперты, которые в одинаковой степени разбираются как в отрасли информационных технологий, так и в учете, для лучшего понимания потребностей рынка. В данной ситуации, не стоит забывать о необходимости теоретических знаний анализа. В результате, мы получаем, что бухгалтер будущего – специалист, который компетентен в нескольких областях, в том числе, обладающих фундаментальными знаниями в сфере учета. В тоже время трудно предположить, какие стандарты на тот момент уже будут функционировать, так как Российские стандарты бухгалтерского учета регулярно изменяются, тем самым сближаясь с МСФО, но учитывая при этом специфику рынка России.

Остановимся на некоторых проблемах в системе бухгалтерского учета, которые неизбежно возникнут в связи с цифровизацией экономики, и это обстоятельство потребует существенного изменения системы его нормативного регулирования и кадрового обеспечения.

1. Изменение организации бухгалтерского учета в зависимости от типов организаций, которые будут функционировать в цифровой экономике, что потребует разработки учетной политики, учитывающей «виртуализацию» бизнес-среды. Согласна с учеными, которые выделяют три вида экономических субъектов: «предприятия традиционного уклада, имеющие бизнес и активы в«оффлайновом» мире, но активно использующие современные технологии в качестве своей инфраструктуры»; организации, « реализующие продукцию исключительно через виртуальные каналы и осуществляющие контакт со своим потребителем только через виртуальную витрину»; « виртуальные предприятия»,которые не привязаны ни к какому физическому активу – сменить офис или серверную компанию, хранящую их данные, они могут, не приостанавливая деятельность» и « количество бизнесмоделей подобных компаний очень велико и постоянно дополняется за счет инновационных стартапов[1].

2. Идентификация цифрового актива как принципиально нового объекта бухгалтерского учета. В цифровой экономике, согласно Программе, «данные становятся новым активом, причем, главным образом, за счет их альтернативной ценности, то есть по мере применения данных в новых целях и их использования для реализации новых идей». Как нам представляется цифровые активы можно рассматривать как определенный вид нематериальных активов, поскольку учитывается информация об активах, не имеющая материально-вещественной формы. В состав нематериальных активов, согласно Международному стандарту МСФО 38 «Нематериальные активы», в отличие от отечественного ПБУ 14/2007 «Нематериальные активы», включаются «знание рынка, списки клиентов, франшизы, 9 отношения с клиентами или поставщиками, лояльность клиентов, доля рынка, права на сбыт и т.д.», которые относятся к «маркетинговым активам». Считаю, что их можно рассматривать как часть и разновидность цифровых активов, но в отечественной практике бухгалтерского учета даже они не являются учетными объектами, а относительно идентифицируемых «торговых марок» и «брендов» в бухгалтерском учете существует проблема оценки их стоимости. В связи с тем, что в цифровой экономике резко возрастает значимость интеллектуального капитала организации, актуализируется не решенная проблема его идентификации, учета и оценка стоимости [2], которая уже достаточно долго обсуждаются в научной среде.

3.Расширение сферы и количества «арендованных активов». Заслуживает внимание суждение специалистов, что новая бизнес-модель предприятия в цифровой экономике позволяет заменить продажу физического объекта на продажу его рабочего ресурса. Например, «авиакомпания платит только за «время работающего двигателя в полете», так продажи заменяются арендой, а капитальные расходы — операционными» [3]. Этот факт также требует своего осмысления и изменения в методологии учета и идентификации «арендных активов»,

учитывая то, что начиная с 2019 года, согласно международным правилам, в активы организации будет включаться арендованное имущество.

4.Появление нового цифрового финансового актива в виде криптовалюты и токена, которые пока не являются платежными средствами, но могут обмениваться согласно Проекту Закона. Возможно, в недалеком будущем, они также станут полноценным платежным средством, и учет этих активов будет синтезировать учет иностранной валюты и нематериального актива, а «майнинговые» виртуальныме предприятия приравняют к участникам организованного «рынка цифровых финансовых активов», который должен будет иметь особую систему нормативного регулирования.

5. Повышение компетентности учетных кадров: в цифровой экономике не исчезает профессия бухгалтера, а приобретает новый контекст: он становится «партнером по бизнесу» [4] и от него требуется не анализ прошлой информации, а оценка рисков бизнеса, гибкость в мышлении, стремление к постоянному совершенствованию своих компетенций, как и предусмотрено «экономикой знаний». В статье выделены только некоторые проблемы, с которыми неизбежно в цифровой экономике столкнутся бизнес-сообщество и регулятор системы бухгалтерского учета. К этим вызовам времени нужно готовиться заранее, чтоб, консервативная по природе своей, но «адаптированная к цифре» система бухгалтерского учета не стала очередным тормозом в решении проблем цифровизации экономики.

Делая выводы, стоит отметить, что, во-первых, специальность бухгалтера была и остается бесспорно значимой и востребованной на рынке труда, и, имея богатую историю, соответственно, активно развивалась, для того, чтобы отвечать потребностям времени.

Во-вторых, становится все более осуществима перспектива полной автоматизации всех направлений учета, но, из-за технической сложности ее реализация, а также ряда других проблем, в ближайшем будущем данная концепция вряд ли будет реализована в полной мере. В-третьих, уже сейчас имеется тенденция к трансформации профессии бухгалтера, в том виде, в

котором она функционирует сейчас, в гибрид, который будет сочетать в себе фундаментальные знания в различных сферах, таких как экономика и финансы, информационные технологии, методология бухгалтерского учета, а также основы ведения бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Кириллов А.Ю. Алексеев С.И. Перспективы развития профессий бухгалтера и аудитора в цифровой экономике // Вестник БГУ. 2019. №5. – С.25-31

2. Михайлова Н.К. Трансформация профессий бухгалтера и аудитора под влиянием «Фактора информатизации» // Учет. Анализ. Аудит. 2018. №1. – 219 С.9-17.

3. Носова Н.А. Профессия бухгалтера в будущем // Международный бухгалтерский учет. 2017. №3. – С.15-21.

4. Олифиров А.В. Стратегическое развитие региональных финансовых информационных систем и технологий. В сборнике: Информационные системы и технологии в моделировании и управлении материалы всероссийской научно-практической конференции. Гуманитарно педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» в г. Ялте; Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет "ЛЭТИ". 2016. – С. 238-244.

5. Олифиров А.В. Подготовка будущих финансистов: компетентностный подход В сборнике: Дистанционные образовательные технологии Материалы II Всероссийской научно-практической интернет конференции. 2017. – С. 59-62.

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ФИНАНСОВОГО СЕКТОРА

Ашихмина С.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность проблемы цифровой трансформации финансового секторы обусловлена следующими факторами: количество потребителей рынка финтех-услуг растет с каждым годом. Россия находится на третьем месте по степени распространения финтех-услуг среди стран мира (82%). Такая положительная динамика задает компаниям тренд на внедрение финтех-решений. Цифровая трансформация бизнеса неизбежна. Мир развивается

настолько стремительно, что компании, которые не делают это сейчас, скоро не смогут быть достаточно конкурентными на рынке. Мы каждый день сталкиваемся с тем, нужно цифровизировать и автоматизировать рабочие процессы внутри компании.

Цифровая трансформация - это культурные, организационные и операционные изменения в организации, отрасли или экосистеме путем продуманной и поэтапной интеграции цифровых технологий, процессов и компетенций на всех уровнях.

Когда мы перешли с аналоговых носителей на цифровые, произошла первая оцифровка, поэтому мы, по сути, попрощались со всем, что написано на бумаге. После цифровых файлов и папок пришла цифровизация, и нам пришлось улучшить способы обработки такой информации.

Цифровая трансформация даёт более широкие перспективы, и речь идёт не только о технологиях, но и о культурных изменениях.

В то время как цифровизация всё ещё вращалась вокруг привычного бизнеса, но лучше и быстрее, цифровая трансформация — кардинально меняет его. По сути, это полное переосмысление работы компании: рабочих процессов, цепочки поставок, улучшение возможностей сотрудников и, конечно же, внедрение новых инструментов, приложений или интегрированного ПО для повышения потенциала и улучшения качества обслуживания клиентов.

Развитие и применение финансовых технологий способствуют повышению уровня конкурентоспособности российских технологий в целом, росту доступности, безопасности, качества и ассортимента финансовых услуг, снижению рисков и издержек в финансовой сфере. При этом многие финансовые технологии находятся в процессе развития и имеют целый ряд барьеров для широкого применения.

Исследование, анализ и разработка предложений по применению финансовых технологий направлены на определение перспективных сфер для их внедрения участниками финансового рынка и структурными

подразделениями Банка России, а также обеспечение их эффективного и безопасного использования.

Разработка предложений будет осуществляться в первую очередь в отношении следующих инновационных финансовых технологий:

• Big Data и Smart Data;

• мобильные технологии;

• искусственный интеллект, роботизация и машинное обучение;

• биометрия;

• технология распределенных реестров;

• открытые интерфейсы.

По результатам соответствующих исследований будет осуществляться подготовка обзоров, а также разработка предложений и рекомендаций по применению финансовых технологий для Банка России и участников финансового рынка.

В результате выполнения мероприятий по созданию и развитию финансовой инфраструктуры в рамках основных направлений будет обеспечено как формирование новых, так и развитие существующих инфраструктурных платформ и решений для участников финансового рынка.

Таким образом, новая цифровая финансовая инфраструктура будет состоять из следующих основных элементов:

1. Платформа для регистрации финансовых операций обеспечит регистрацию сделок на финансовом рынке в объединенном регистре, которому будут предоставлены доступ для всех участников и информация о получении о сделках в способе «однородного окна».

2. Платформа для регистрации финансовых сделок обеспечит регистрацию сделок на финансовом рынке в едином реестре, к которому будет предоставлен доступ для всех участников, и получение информации по сделкам в режиме «единого окна».

3 Платформа быстрых платежей обеспечит возможность выполнения переводов онлайн на финансовом рынке в режиме реального времени (365/24/7) с использованием смартфонов, QR-код и так далее.

4. Перспективная платежная система (ППС) Банка России обеспечит возможность участникам финансового рынка эффективно управлять ликвидностью, проводить срочные и несрочные платежи с использованием специализированных расчетных сервисов на базе единой централизованной инфраструктуры.

5. Национальная система платежных карт – национальная инфраструктура обработки операций по банковским картам, обеспечивающая развитие российской системы платежных карт (платежная система «Мир»), бесперебойное проведение внутренних трансакций по картам международных платежных систем на территории России и внедрение инновационных сервисов на базе карты «Мир».

6. Система передачи финансовых сообщений обеспечит безопасность и непрерывную операцию переводом финансовых сообщений с использованием новых технологий.

7. Объединенная система идентификации и биометрическая система - услуга предоставления инфраструктуры нескольких факторов удаленная идентификация на основе данных из государственной информационной системы и биометрических данных для возможности отдаленных финансовых услуг предоставления (см. рис.1).

Инфраструктура объединенной системы идентификации и биометрической системы для представления отдаленных финансовых услуг.

8. Через идентификатор клиента может использоваться для различных источников данных, которые сохранены вместо их создания и обеспечат

Рисунок 1.

возможность предоставления различных типов информации о клиенте к заинтересованным организациям и организациям, включая для того, чтобы предоставить финансовые услуги ему.

9. Платформа для облачных сервисов будет доступом обеспечения решения инфраструктуры к участникам финансового рынка к облачным ресурсам внешних поставщиков (например, сети, системы хранения, применения и услуг) и участникам разрешения финансового рынка на их основе, чтобы поместить собственные сервисы приложений с обеспечением необходимых требований и условий относительно информационной безопасности.

10. Платформа на основе технологии распределенных реестров является распределенной системой хранения и обмена финансовой информацией и доверенной средой для ее участников для реализации финансовых сервисов с применением российской криптографии.

Что касается технологии, то она базируется на автоматизации рабочих процессов, которые помогают оптимизировать выполнение широкого спектра задач. RPA может устранить необходимость каждый раз обновлять файлы вручную, автоматизировать отправку повторяющихся электронных писем, определённые юридические и бухгалтерские задачи и ещё десятки других процессов.

Роботизированная автоматизация процессов выполняет действия с большей скоростью и точностью, снижая затраты на бизнес-процессы, освобождая время сотрудников для выполнения более важных функций и улучшая качество обслуживания клиентов.

У цифровой трансформации есть две стороны: сторона клиентов и сторона сотрудников. Они взаимосвязаны и рассматривать их нужно тоже вместе.

Опрос PWC показал, что 46% клиентов прекратят покупать у компании, если сотрудникам не хватит знаний, чтобы помочь им, а 35% заявили, что уйдут от бренда, который им нравится, даже после одного неудачного опыта.

Это важные данные, которые не стоит игнорировать, поскольку в 2020 году клиенты просто повсюду (электронная почта, социальные сети, телефон, чат-боты т. д.). Все они ожидают от поддержки в любом месте и в любое время. Если вы не приспосабливаетесь к этому, то упускаете возможности каждый день. Все клиенты хотят мгновенного отклика и часто не готовы ждать даже 5 минут.

Иногда, чтобы лучше понять своего клиента, стоит поставить себя на его место. Мы все хотим решения наших вопросов прямо сейчас, и даже двухминутное ожидание оператора может стать негативным опытом.

Автоматизация — это способ снизить нагрузку на сотрудников, и дать им возможность уделять больше времени клиентам.

Под эгидой трансформации можем повысить эффективность и продуктивность сотрудников с помощью автоматизации. RPA снимает с исполнителя груз ежедневной монотонной работы, которую никто не любит. Сотрудник будет чувствовать себя более нужным и мотивированным не

после трёхчасового написания отчёта, а после того как смог привлечь клиента или сгенерировать интересную идею.

Исследование Deloitte показало, что автоматизация может взять на себя до 50% задач, и сотрудник сможет тратить половину своего времени на выполнение более ценной работы.

Важно выделить, что такие изменения требуют командной работы. Не получиться переложить всю ответственность на одного человека. Такое преобразование затрагивает как высшее руководство, так и всех рядовых сотрудников.

Руководители и менеджеры должны создавать условия, которые позволят достичь цифровой трансформации.

- Выявить потребности и разработать стратегии: возможно, сначала необходимо преобразовать только «проседающие» области, а не всю компанию.
- Поставить цели, которые позволят измерять результаты.
- Обеспечить сотрудников информацией о том, каким образом преобразование упростит рабочие процессы и как повлияет на развитие компании.
- Выбрать оптимальную технологию и схему работы.
- Назначить технологическое руководство и обучить персонал.
- Ежедневно контролировать процесс и предоставлять сотрудникам необходимые ресурсы.

Сотрудники компании не имеют строгих обязанностей для трансформации, им главное придерживаться разработанной и внедряемой технологии. Помимо этого, они должны научиться эффективно работать с новыми реалиями.

- Обучение новому образу мышления: трансформация не наступит, пока не изменится мышление сотрудников, поэтому они должны быть открыты к изменениям.

- Разные сотрудники имеют разный уровень знаний о новой технологии, и чем раньше все научатся использовать ее, тем короче будет период адаптации.
- Сохранение открытого, проактивного мышления: сотрудники могут создавать идеи и строить планы относительно того, что должна включать трансформация или как её можно сделать лучше.

Как можно увидеть, основные процессы ложатся на плечи руководства и это важно. Важно объяснить вашим сотрудникам, куда и зачем вы двигаетесь, какие перспективы это даст и как облегчит их работу. Пустив процессы на самотёк, вы только усложните жизнь команде.

Внедрять те платформы, которые просто настраиваются, не требуют специальных знаний и интуитивно понятны. Но главное — подготовить свою компанию и своих сотрудников, разработать план и двигаться постепенно, так, чтобы трансформация происходила «безболезненно».

Положительные стороны цифровизации финансового сектора:

1. Расширение продуктовой линейки (Finstore, криптобиржи, онлайн обслуживание).
2. Развитие стартап-экосистемы и стимулирование предпринимательской активности (финансирование и сотрудничество с финтех-стартапами).
3. Создание новых рабочих мест (появление новых ИТ и финтех-компаний, технологический консалтинг).
4. Цифровизация финансового сектора как «драйвер» и одновременно «экспериментальная площадка» для других отраслей экономики.
5. Сокращение временных и финансовых затрат предприятий и организаций на доступ к финансовым ресурсам (дистанционное обслуживание, аккредитивы на основе блокчейн).
6. Больший охват клиентов (молодежь, дети, фрилансеры, женщины в декрете).

7. Повышение прозрачности финансовых транзакций за счет сокращения операций с наличностью.

8. Развитие экономики совместного потребления (sharing economy) – Яндекс Такси, аренда автомобилей, самокатов, велосипедов.

9. Стимулирование онлайн-торговли (ЕРИП, онлайнкредитование, платежные инструменты и др.).

10. Повышение качества обслуживания клиентов (чатботы, онлайн-обслуживание, выпуск смарт-карт, услуги интернет-банкинга, автоматизация регулярных платежей).

11. Персонификация финансовых услуг (big data, ИИ, ПФМ, создание маркетплейсов финансовых услуг).

Риски и вызовы:

1. Недостаточный уровень цифровой и финансовой грамотности населения.

2. Цифровизация и инвестиции – неразрывные категории (привлечением государственных, частных и иностранных инвестиций, венчурное финансирование).

3. Сокращение потребности в рабочих местах (операционные работники банков, торговля).

4. Нехватка квалицированных кадров.

5. Медленная адаптация национального и международного правового поля к современным потребностям развития финансового сектора.

6. Недостаточно развитая инфраструктура.

7. Сложность обеспечения соответствующего уровня кибербезопасности.

8. Риск реализации модели догоняющего развития как отдельных финансовых структур, так и для финансовой отрасли в целом.

9. Цифровизация финансового сектора не должна происходить отдельно от цифровизации всей экономики.

10. Цифровизация в том числе финансового сектора, является важным, но не единственным фактором экономического роста.

Скорость технологических изменений требует от регуляторов большей гибкости. Активное участие государства в развитии цифровых технологий на финансовом рынке является одним из основных факторов развития цифровой экономики. Страны, создающие благоприятные условия для развития инноваций, такие как Индия, Китай, Великобритания, Швеция, Сингапур и другие, становятся привлекательными для инвестиций в высокотехнологичные отрасли, что в свою очередь позитивно сказывается на экономическом росте страны.

Для эффективного и безопасного развития и функционирования цифрового финансового пространства необходима реализация скоординированных мероприятий на уровне всех его участников, а также своевременное пропорциональное регулирование, которое будет, с одной стороны, поддерживать стабильность финансовой системы и защищать права потребителей, а с другой – содействовать развитию и внедрению цифровых инноваций.

Важно подчеркнуть, что с развитием цифровых технологий возникают и риски, связанные с ростом киберугроз, требующих оперативного и своевременного мониторинга, обнаружения, оценки и разработки соответствующих мер по их предотвращению либо минимизации их возможных последствий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Боркова Е. А. Цифровизация экономики на примере банковской системы / Е. А. Боркова, К. А. Осипова, Е. В. Светловидова, Е. В. Фролова // Креативная экономика. – 2019. – № 6. – С. 1153-1162.

2. Штапова И.С. Цифровые технологии оценки государственных и муниципальных служащих: монография / И.С. Штапова, Н. П. Жуковская, В. В. Хубулова. – Москва: РУДН. – 2019. – 249 с.

3. Хубулова В.В., Хачиров А.Д. Промышленность в контексте цифровой экономики // Вестник Академии знаний. – 2018. – № 25 (2). – С. 226–232.
4. Мошкин И.В., Романов В.А., Хубулова В.В., Губиева З.А. Облачные технологии в контексте проектного менеджмента // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2018. – Т. 24. – № 9. – С. 90–96.

ИСКУСТВЕННЫЙ ИНТЕЛЕКТ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

Басова Е.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Столкнувшись с растущими требованиями со стороны клиентов, многие бухгалтерские фирмы в настоящее время переходят на новый вид рабочей силы, чтобы помочь им в выполнении их трудоемких задач. Это новое предложение поддержки может помочь компаниям с самыми сложными задачами, не требуя ежемесячной зарплаты. Это потому, что эта новая рабочая сила не человеческая, а искусственная

Искусственный интеллект оказывает значительное влияние на мир бухгалтерского учета и финансов. Благодаря экономии времени и денег и предоставлению информации, системы бухгалтерского учета и финансов с поддержкой ИИ помогают профессионалам в области финансов и их компаниям оставаться конкурентоспособными и привлекать лучших сотрудников и клиентов.

Компании сегодня осваивают и внедряют новые технологии для оптимизации своих бизнес-операций, и одна из операций, которая находится на вершине их списка, - это бухгалтерский учет. Это происходит потому, что ИИ обеспечивает положительные результаты, такие как повышение производительности, повышение точности и снижение затрат. Кроме того, с помощью искусственного интеллекта данные могут быть распознаны и классифицированы из разных источников в нужную бухгалтерскую головку. Многие другие специальные задачи, которые выполнялись бухгалтерами, такие как обработка кредиторской и дебиторской

задолженности, легко решаются ИИ. Это приводит к улучшению управления затратами компаний.

Бухгалтерские задачи, которые могут выполнять машины:

1. Ежемесячная или ежеквартальная процедура закрытия

Чем раньше вы получите цифры, тем больше времени у вашей компании будет на разработку стратегии того, что можно сделать с цифрами. ИИ может предоставить вам данные из различных источников, консолидировать и объединить их. Это не только ускорит этот ежемесячный процесс, но и будет более точным из-за участия машин.

2. Закупка

Метод отслеживания и закупок для многих компаний заполнен бумажной работой и использует различные форматы файлов, которые могут быть несовместимы друг с другом. Однако машины с API могут быть интегрированы, и неструктурированные данные могут быть обработаны. Это делает процесс закупок безбумажным и более легким. С помощью искусственного интеллекта можно легко отслеживать изменения цен между несколькими поставщиками.

3. Кредиторская задолженность / дебиторская задолженность

Существующая система уже имеет управляемый искусственным интеллектом процесс управления счетами-фактурами, который может сделать обработку кредиторской/дебиторской задолженности более упорядоченной с помощью цифрового документооборота. Они могут узнать код учета для соответствующего счета-фактуры.

4. Аудит

Оцифровка отслеживает, к какому файлу кто и когда обращался, что повышает безопасность данных и файлов. Во время аудита аудиторам не нужно искать документацию в картотеках, поскольку они могут легко получить доступ к цифровым файлам.

Это, в свою очередь, повышает точность и эффективность аудитов и позволяет проводить аудит 100% финансовых операций фирмы, а не только выборок.

5. Управление расхода

Рассмотрение и утверждение всех расходов, чтобы убедиться, что они соответствуют политике компании, может быть трудоемким процессом. ИИ делает это намного проще, поскольку машины могут проверять квитанции, проверять расходы и предупреждать людей, если есть какие-либо нарушения.

6. Чат-боты AI

С помощью искусственного интеллекта машины могут эффективно решать общие запросы пользователей, такие как время оплаты счетов, последний баланс счета и состояние счетов.

Новые технологии меняют способ работы людей почти в каждой отрасли. Это в свою очередь также меняет ожидания клиентов при работе с различными компаниями. То же самое относится и к бухгалтерскому учету. Искусственный интеллект может помочь бухгалтерам быть более продуктивными и эффективными. Сокращение времени на выполнение задач на 80-90% позволит бухгалтерам уделять больше внимания консультированию своих клиентов – это отличный плюс. Добавление искусственного интеллекта к учетным операциям также повысит качество, поскольку ошибки будут уменьшены. На мой взгляд, когда бухгалтерские фирмы применяют искусственный интеллект в своей практике, фирма становится более привлекательной как работодатель и поставщик услуг для клиентов. По мере того, как все бухгалтерские фирмы применяют искусственный интеллект, они смогут предоставлять данные, которые стали возможными благодаря автоматизации, в то время как те, кто не привержен этой технологии, не смогут конкурировать.

Роботизированная автоматизация процессов (RPA) позволяет машинам выполнять повторяющиеся, отнимающие много времени задачи в бизнес-процессах, таких, как анализ документов и обработка. Интеллектуальная

автоматизация – более сложная версия RPA. Во многих случаях интеллектуальная автоматизация может имитировать взаимодействие с человеком, например, понимание предполагаемого значения в общении с клиентом и использование исторических данных для адаптации к деятельности. Есть несколько приложений RPA и интеллектуальной автоматизации в бухгалтерской работе.

ИИ часто может предоставлять информацию о состоянии финансовых вопросов в режиме реального времени, поскольку эта технология может обрабатывать документы с использованием обработки естественного языка и компьютерного зрения быстрее, чем когда-либо, делая ежедневные отчеты возможными и недорогими. Это позволяет компаниям проявлять инициативу и корректировать курс своей работы, если данные показывают неблагоприятные тенденции. Автоматическая авторизация и обработка документов с использованием технологии искусственной автоматизации улучшит несколько процессов внутреннего учета, включая закупки, выставление счетов, заказы на поставку, отчеты о расходах, кредиторскую и дебиторскую задолженность и многое другое. В бухгалтерском учете, как мы знаем, есть много внутренних корпоративных, местных, государственных и федеральных правил, которые необходимо соблюдать. Системы с поддержкой искусственного интеллекта помогают поддерживать аудит и обеспечивать соответствие, позволяя отслеживать документы в соответствии с правилами и законами и отмечать проблемы. Алгоритмы машинного обучения могут быстро просеивать огромные объемы данных, чтобы выявить потенциальные проблемы мошенничества или подозрительной деятельности, которые могли бы быть пропущены людьми, и отметить их для дальнейшего просмотра.

Искусственный интеллект уже оказывает влияние на сектор маркетинга, а также принесет радикальные изменения в сектор бухгалтерского учета с огромной возможностью снижения затрат и повышения производительности труда. Это в дополнение к точности и

аккуратности, которые искусственный интеллект может привнести в любую черную и повторяющуюся ручную работу, которая была автоматизирована. В свете замечательного прогресса, достигнутого искусственный интеллект, этот новый мир будет хорошо известен бухгалтерам задолго до того, как самоходный грузовик сбросит счета-фактуры в их офисе.

Искусанный интеллект, как двигатель процесса, может превратить профессию из отсталой" бухгалтерской " функции в перспективную и мощную, которая может управлять стратегическими решениями. Модели машинного обучения, применяемые к данным, могут уменьшить мошенничество, повысить доверие и повысить соответствие требованиям. Сопоставление технологий искусственного интеллекта и бухгалтерской индустрии ставит эту профессию в центр захватывающей новой эры, новых возможностей и решений. Искусственный интеллект не спит, никогда не изнашивается и не делает ошибок, чаще всего.

Автоматизируя классические административные задачи, бухгалтеры получат много времени и смогут уделять больше времени и энергии творчеству-анализу и интерпретации данных для извлечения реальной ценности для бизнеса и своих клиентов, а это важный аспект.

С каждым новым годом бухгалтерия модернизируется и становится все более изощренной. В то время как правила финансирования остаются неизменными, правила того, как выполняется работа, меняются. Бухгалтеры станут настоящими преобразователями и открывателями.

Преимущества внедрения технологий искусственного интеллекта очевидны, как мне кажется. Хотя и невозможно предсказать, как технологии в конечном итоге повлияют на бухгалтерскую отрасль и профессию в целом, ясно только одно: компании и специалисты по бухгалтерскому учету должны инвестировать время — скорее раньше, чем позже — чтобы понять технологии и экосистемы, приступить к доказательствам концепции для проверки вариантов использования и стимулировать поведенческие

изменения, которые эффективно построят действительно цифровую рабочую силу и организацию для конкурентного роста.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Питер Норвиг и Стюарт Рассел «Искусственный интеллект: современный подход»
2. Марр Бернард, Уорд Мэтт «Искусственный интеллект на практике. 50 кейсов успешных компаний»
3. Дейтел Пол, Дейтел Харви «Искусственный интеллект, большие данные и облачные вычисления»
4. Почему в бухгалтерском учете важен искусственный интеллект? / Журнал успеха. URL: https://zen.yandex.ru/media/nb_zhurnal/pochemu-v-buhgalterskom-uchete-vajen-iskusstvennyi-intellekt-5d887991bd639600ad8042c8 (Дата обращения: 10.11.2020)

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Белоглазова О.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Возросшее внимание российского бизнеса к вопросам системного контроля своих финансов определило тему и актуальность данной статьи. Для коммерческих организаций на сегодняшний день важно обеспечивать не только внешний контроль и аудит, но и грамотно управлять процессами организации изнутри, то есть формировать и совершенствовать систему внутреннего контроля.

Внутренний контроль – это объективная составляющая процесса управления, которая существует в любой хозяйственно-управленческой системе. Внутренний контроль представляет собой комплекс мер и процедур, способствующих оптимизации и обеспечению достоверности показателей учета, оперативному устранению выявленных нарушений и применению соответствующих мер к их предупреждению, а также для принятия наиболее оптимальных управленческих решений. Организация внутреннего контроля

требует строгой регламентации своей деятельности, установление обязанностей и ответственности специалистов. [1;2]

Таким образом, грамотно организованная система внутреннего контроля способствует:

- улучшению качества организации бухгалтерского учета, надежности бухгалтерской (финансовой) информации, что положительно влияет на развитие бизнеса и привлекает инвестиции;
- появлению новых возможностей развития предприятия в связи с наличием налаженной и контролируемой системы финансового подразделения экономического субъекта;
- заметному снижению рисков принятия ошибочных решений;
- повышению эффективности работы филиалов и структурных подразделений в связи с повышением качества контроля за их деятельностью. [3]

В России система внутреннего контроля в коммерческих организациях может быть организована следующими способами:

1. Собственная служба внутреннего контроля. К данному виду организации внутреннего контроля прибегают представители среднего и крупного бизнеса для получения наиболее достоверной финансовой информации и оценки действий структурных подразделений организации.

2. Аутсорсинг. Подразумевает полную или частичную передачу функции внутреннего контроля специализированной компании или внешнему консультанту-аудитору. Чаще используется малыми фирмами, у которых недостаточное финансирование для создания собственной службы внутреннего контроля, а также и крупными предприятиями для проведения отдельных контрольных мероприятий или в «пиковые» периоды перегрузки работы имеющихся штатных внутренних контролеров.

3. Косорсинг. Представляет собой разделение функций между подразделениями контроля и внешней организацией, т.е. частичный

аутсорсинг. Фирма создает орган внутреннего контроля на предприятии, но привлекает экспертов специализированной организации или внешнего консультанта. [4]

Каждый способ имеет свои преимущества и недостатки. Однако практика показывает, что наиболее эффективно система внутреннего контроля компании функционирует, когда в организации создано собственное подразделение внутреннего контроля, так как сотрудники близко знакомы с культурой и особенностями деятельности хозяйствующего субъекта.

В российских компаниях обычно отделы внутреннего контроля и внутреннего аудита объединены. Соответственно нередко допускается отождествление функций этих служб, что является ошибкой. Функции службы внутреннего аудита – это проверка существующих процедур внутреннего контроля, а разработкой этих процедур должен заниматься другой орган – служба внутреннего контроля. Таким образом, эти органы не взаимозаменяемы, и необходимо создавать обе службы или вводить две различные должности. [5]

При организации работы отдела внутреннего контроля на предприятии следует учитывать, что служба должна иметь возможность:

- получать необходимую ей информацию из бухгалтерии, финансового отдела, планово-экономического отдела, службы сбыта и материально-технического снабжения;
- осуществлять поиск дополнительной информации, необходимой для анализа, но не содержащейся в предоставленных финансово-экономической службой данных;
- внедрять и непрерывно применять новые методы сбора аналитической информации на практике;
- быть независимой от той или иной финансово-экономической службы;

- своевременно информировать руководство о возникших проблемах, обнаруженных в ходе контроля. [6]

Также нельзя не принимать во внимание возможную проблему, связанную с ошибочным представлением сотрудников о том, что организация отдела внутреннего контроля означает замену контрольных функций риск-менеджеров. [5]

При осуществлении внутреннего контроля коммерческие организации сталкиваются со следующими проблемами:

1. Организация и проведение формальных проверок;
2. Неразработанность стандартов внутреннего контроля в России;
3. Сотрудники организаций не соответствуют квалификационным требованиям;
4. Несвоевременное принятие решений и мер по устранению допущенных ошибок;
5. Отсутствие идейного подкрепления со стороны руководителя, для которого цель внутреннего контроля – наказание сотрудника, а не возможность для улучшения деятельности предприятия;
6. Некачественное закрепление нарушений в отчетных документах контролером;
7. Злоупотребление должностными полномочиями;
8. Контроль «от случая к случаю», проводится при возникновении критической ситуации;
9. Внутреннее совместительство статуса контролера с другой должностью, вследствие чего размытые должностных обязанностей;
10. Отождествление функций служб аудита и контроля;
11. Низкий уровень юридической грамотности;
12. Недостаточный объем полномочий и ответственности контролера;
13. Отсутствие оперативного взаимодействия между подразделениями организации, руководством. [1;5]

Обобщая вышесказанное, получаем, что основной проблемой внутреннего контроля в коммерческих организациях является неправильное позиционирование и непонимание задач внутреннего контроля, как следствие отсутствия стандартов и недостаточного уровня профессиональных знаний специалистов.

Повысить эффективность системы внутреннего контроля возможно за счет применения следующих рекомендаций:

- Систематически отслеживать выполнение задач всех подразделений;
- Обеспечивать вовлеченность подчиненных в процесс разработки методологии осуществления контроля;
- Уделять внимание деятельности работников, а не только их результатам;
- Способствовать развитию ответственности сотрудников;
- Установить и формализовать нормы осуществления внутреннего контроля;
- Скептическое отношение сотрудников к данной системе можно развеять, продемонстрировав им эффективность внутреннего контроля;
- Сформировать и применять систему мотивации и поощрения наиболее эффективных работников.

Кроме того, при организации системы внутреннего контроля следует учитывать:

- Соблюдение действующего законодательства РФ, локальных актов предприятия и его учетной политики;
- Оформление документов надлежащим образом, т.е. своевременно и в соответствии с правилами учета;
- Обеспечение экономической безопасности на предприятии.

Нельзя не оставить без внимания повсеместное внедрение информационных технологий, которые также целесообразно применять при

осуществлении внутреннего контроля. С помощью электронных сервисов можно отслеживать движение документов, применять различные программы для проверки и расчета, проводить анализ и сопоставлять данные. Большинство, но далеко не все процессы можно автоматизировать, поэтому роль специалиста-контролера все так же высока. Эксперты отмечают, что использование искусственного интеллекта сокращает время на аудит на 25%. В таком случае затраты на внутренний контроль покрываются полученным положительным эффектом. [7]

Рассматривая вопросы, касающиеся системы внутреннего контроля на предприятии, можно сделать вывод, что данная система развита в России недостаточно. Руководство большинства фирм считает внедрение внутреннего контроля малоэффективным или вовсе подменяет его истинное назначение. Прибегая к услугам аутсорсинговых компаний, коммерческая организация лишается возможности развития навыков и компетенций собственных сотрудников, которые близко знакомы с особенностями предприятия. Грамотное формирование отдела внутреннего контроля позволит своевременно обнаружить и устранить проблемные места, что даст возможность для экономического роста организации. Более объективное отражение финансовых результатов в отчетности позволит привлекать дополнительные инвестиции, что также способствует росту организации и экономике в целом. Не только компаниям, но и государству выгодно законодательное внедрение внутреннего контроля на предприятии. Повышение качества отчетности коммерческих организаций даст более объективную картину частного сектора экономики, а также приведет к дополнительным налоговым поступлениям в бюджет. [1,8]

Таким образом, не остается сомнений в необходимости создания на предприятиях эффективной и постоянно действующей службы внутреннего контроля, так как это мощный инструмент повышения эффективности бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Фаритова Д.Г., Макарова В.И. Проблемы внутреннего контроля в коммерческих организациях в России // Дневник науки. – 2019. – № 6 (30) – С. 52 — URL: https://www.elibrary.ru/id=38507304
2. Васильева Е. А. Гуськова Т. Н. Внутренний аудит как основополагающее звено развития внутрихозяйственного контроля в системе правления организацией// Научное Издание/ IV //Международная научно-практическая Экономика управление: Новые вызовы и перспективы» 29–30 апреля, 2013 г, - С. 125–127. - URL: https://www.elibrary.ru/id=21854065
3. Громова, С. В. Проблемы организации внутреннего контроля на предприятии // Молодой ученый. — 2016. — № 18 (122). — С. 240-242. — URL: https://moluch.ru/archive/122/33834/
4. Федорова В.А., Зиновьева И.С. Проблемы формирования системы внутреннего контроля организации // Материалы IX Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» — 2017. — URL: http://scienceforum.ru/2017/article/2017035483
5. Харисов И.К. Некоторые актуальные вопросы внутреннего контроля деятельности организации // ВЭПС. – 2010. – №3. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-aktualnye-voprosy-vnutrennego-kontrolya-deyatelnosti-organizatsii-1
6. Серебрякова, Т. Ю. Внутренний контроль и контроллинг: учебное пособие / Т.Ю. Серебрякова, О.А. Бирюкова; под ред. Т.Ю. Серебряковой. — Москва. : ИНФРА-М, 2021. — 238 с. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1215340
7. Внутренний контроль — защита бизнеса // «Планово-экономический отдел» — 2020. - №9 - URL: https://www.profiz.ru/peo/9_2020/organizaciya_kontrolya/
8. Стешан Г.Б., Семенова А.Н. Проблемы и возможные решения по организации внутреннего аудита // Экономические исследования и разработки — 2017. — URL: http://edrj.ru/article/13-02-17

АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Береснева А.Д.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Чтобы организация работала и успешно развивалась в условиях рыночной экономики и чтобы избежать банкротства, необходимо понимать, как управлять финансовыми ресурсами, какова должна быть структура капитала в соответствии с составом и источниками образования, какая часть средств должны быть выделены на свои собственные, а какие должны быть заимствованы. Получить объективную и достоверную информацию о финансовом положении компании можно с помощью экономического анализа.

Управление хозяйственной деятельностью предприятия - это отдельное направление управления данным предприятием, основная задача которого направлена на обеспечение достижения стратегических целей и планов организации.

Экономическое состояние организации - важная группа в системе управления предприятием, которая направлена на изучение поставленных задач, с целью получения результата и анализа дальнейших действий предприятия.[2]

Экономический анализ – это анализ, которым является методы изучения и исследования экономических процессов на предприятие.

К объектам экономического анализа относятся экономические или хозяйственные системы как макроэкономического (отрасли, межнациональные субъекты, национальное хозяйство, и т.д.), так и микроэкономического уровня (коммерческие и некоммерческие организации, их отдельные подразделения, объединения).[4] Экономический анализ на микроуровне чаще всего предполагает изучение показателей финансово-

экономической деятельности организаций. Его основной целью является повышение эффективности деятельности и рост потенциала предприятия. Он осуществляется преимущественно для определения и последующего устранения негативных явлений в работе субъектов предпринимательской деятельности, а также с целью выявления внутрихозяйственных резервов.

Раскрывается роль анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия как одного из источников повышения эффективности его деятельности с учетом современных экономических отношений.

Объектом исследований выступает ООО «Центр-Маркет», быстро развивающаяся компания. Основным видом экономической деятельности является «Аренда и управление собственным или арендованным нежилым недвижимым имуществом».

Экспресс-анализ экономических показателей деятельности организации представлены в таблице 1.

Таблица 1- Экспресс-анализ экономических показателей деятельности ООО «Центр-Маркет»

Показатели	Базовый период	Отчетный период	Абсолютное отклонение, ±	Темп прироста, %
Среднегодовая стоимость активов, тыс. руб.	754255	692935	-61320	-8.1
Среднегодовая балансовая стоимость основных средств, тыс.руб.	150074	139199	-10875	-7.2
Среднегодовая стоимость собственного капитала, тыс.руб.	210647	230067	19419,5	9.2
Выручка от реализации, тыс.руб.	69564	76229	6665	9.6
Себестоимость реализации, тыс.руб.	53437	58609	5172	9.7
Материальные расходы, тыс.руб.	1897	2052	155	8.2
Прибыль от реализации продукции, тыс. руб.	16127	17620	1493	9.3

Чистая прибыль, тыс.руб.	15082	23757	8675	57.5
Расходы на оплату труда, тыс.руб.	7092	8354	1262	17.8
Количество персонала, чел.	11	13	2	18.2
Фондоотдача, руб./руб.	0.464	0.548	0.084	18.1
Фондоемкость, руб./руб.	2.157	1.826	-0.331	-15.3
Фондорентабельность, %	10.75	12.66	1.91	17.8
Фондовооруженность, тыс. руб./чел.	13643.0	10707.6	-2935.4	-21.5
Производительность персонала, тыс.руб./чел.	6849.8	6320.2	-529.6	-7.7
Материалоёмкость продукции, %	2.73	2.69	-0.04	-1.3
Средняя зарплата, руб.	53.7	53.6	-0.2	-0.3
Рентабельность продукции, %	30.18	30.06	-0.12	-0.4
Рентабельность активов, %	2.00	3.43	1.43	71.5
Рентабельность собственного капитала, %	7.16	10.33	3.17	44.2

В соответствии с таблицей рост фондоотдачи в отчетном году по сравнению с предыдущим годом на 0.084 показывает не эффективное использование основных средств предприятия. Уменьшение коэффициента фондоемкости к концу года является положительной тенденцией, так как этот коэффициент означает, что на один рубль проданной продукции затрачивается 1.826 копеек основного капитала в отчетном периоде, что на 0.331 копейки меньше, чем за предыдущий год. Фондорентабельность исследуемого предприятия не достаточно высокая. Так в базовом году данный показатель составил 10.75%, в отчетном году вырос до 12.66%. Для фондовооруженности характерна отрицательная динамика. Этот показатель уменьшился на 21.5%. В целом использование основных фондов следует признать эффективным.

В отчетном периоде темпы снижения производительности труда составили 7.7% против 0.3% темпов снижения заработной платы. Это свидетельствует о неправильной политике, проводимой на предприятии в отношении эффективности использования трудовых ресурсов.

Чистая прибыль компании за анализируемый период увеличилась на 6 665 тыс. руб. или 9.6%. Основная деятельность, для которой создавалась компания, была прибыльной за анализируемый период. От осуществления всех видов деятельности в анализируемом периоде компания получила прибыль в размере 23 757 тыс. руб., что на 57.5% больше чистой прибыли на начало периода. Присутствие компании в анализируемом периоде чистой прибыли указывает на наличие у нее источников восстановления оборотных средств.

За анализируемый период значения показателей рентабельности активов и собственного капитала выросла, что следует скорее рассматривать как положительную тенденцию. Наблюдается уменьшение рентабельности продукции за анализируемый период на 0.12%.

Ряд показателей финансового положения и результатов деятельности ООО «Центр-Маркет» имеют низкие и критические значения. Таким образом, был сделан вывод, что для решения проблемы экономического и финансового состояния данного предприятия необходимо определить пути его улучшения на основе указанных выше проблем.

Для того чтобы улучшить экономическое состояние предприятия необходимо провести ряд мероприятий:

1. Увеличение (восстановлению) ликвидности и платежеспособности.

2. Меры по управлению дебиторской задолженности (факторинг, клиентский скоринг, скидка при 100 % оплате).

3. Программа снижения рисков.

4. Стимулирование персонала.

Рассмотрим основные результаты реализации предложенной модели:

1) Эффективная работа финансового отдела поможет получить значительную экономию, в том числе, если оптимизировать в системе управления запасами размеры партии товаров, что позволить значительно увеличить прибыль предприятия.

2) Новые методы управления финансовыми активами позволят высвободить ресурсы из менее прибыльных сфер и инвестировать в высоколиквидные ценные бумаги. Ранее политика инвестирования в краткосрочные ценные бумаги практически не применялась; для поддержания высокой ликвидности баланса и платежеспособности избыточная сумма денежных средств хранилась на текущем счете.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Калинина М.А. Методы экономического анализа хозяйственной деятельности организации / Калинина М. А., Меняйлов А. И., Рыхтикова Н. А. - 2018 – 576 с.
2. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий / В. В. Ковалев. О. Н. Волкова, – М.: Проспект, 2017. – 353с.
3. Романова Ю.В. МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ /Ю.В. Романова // Устойчивое развитие науки и образования. - 2019. - № 12. – С. 17-22.
4. Селиверстов А. С., Постнов В. В., Уткин Д. Ю., Николаева К. А., Семидотченко А. Р. Методы управления экономической деятельностью предприятия [Текст] // Проблемы современной экономики: материалы VII Междунар. науч. конф. (г. Казань, март 2018 г.). — Казань: Молодой ученый, 2018. — С. 57-59.
5. Экономический анализ деятельности предприятия: Учебник / Л.Г. Скамай, М.И. Трубочкина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОТРЕБНОСТИ МОЛОДЕЖИ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Бирюкова Л.Ю.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Вашему вниманию хочу представить социологическое исследование, посвященное изучению информационных потребностей молодежи Нижегородской области.

Информационное пространство ежедневно оказывает колоссальное влияние на общество, в особенности на молодое население. Информация формирует мировоззрение людей, поэтому является важнейшим механизмом социализации. Именно молодежь является более восприимчивой возрастной группой, социальное развитие которой зависит именно от информации, поэтому так важно понимать и разбираться в информационных потребностях молодежи.

Общий объем выборки исследования составил 122 человека в возрасте от 16 до 25 лет, в том числе мужчин 25 человек (20.5%), женщин 97 человек (79.5%). От 19 до 22 лет выборка составила 62.3%. От 16 до 18 лет – 27.8%. От 23 до 25 – 9.9%.

Наибольшую долю респондентов в их общей численности занимают респонденты от 19 до 22 лет (76 человек или 62.3%). На втором месте респонденты от 16 до 18 лет (34 человека или 27.8%). Наименьшую долю респондентов в их общей численности занимают респонденты от 23 до 25 лет (12 человек или 9.9%).

По результатам исследования можно сделать вывод, что наиболее популярным является такой способ получения информации, как социальные сети, и занимает 97.5%. Близкое окружение является вторым по важности местом (родители, приятели, друзья, соседи, коллеги) — этот способ также является немаловажным для 68.9% молодежи. Телевидение находится на третьем месте и составляет – 27.9%. Печатные издания СМИ (журналы, газеты, каталоги) и радиостанции наименее популярны среди респондентов. Лишь для 15.6% опрошенных печатные издания являются важным способом получения информации, а для 7.4% молодых людей значимым информирующим средством является радио.

Интернет-ресурсам люди доверяют больше всего – 67.2%. Книгам доверяют 36.1% респондентов. Окружение занимает лишь третье место и

коэффициент доверия составляет 32.8%. 22.1% молодых людей не доверяют никому. Лишь 15.6% опрошенных доверяют телевидению. Другим источникам информации доверяют 13.1%. Печатным изданиям доверяет 10.7% молодежи. Радио доверяет наименьшая часть респондентов, которая составляет 8.2%.

Чаще всего молодые люди ищут информацию, связанную с увлечениями, хобби– 80.3%. Информацию, связанную с учебой или работой, ищут 76.2% молодых людей. Информация о новостях и событиях, происходящих в мире, интересует 71.3% молодых людей. Сведения, связанные со здоровым образом жизни, с окружающей средой, интересуют 54,1% респондентов. Наименьшее количество людей интересует информация об организации своего досуга – 46.7%. Меньше всего молодых людей интересует другая информация и их 12.3%.

При анализе причин, затрудняющих поиск молодыми людьми нужной информации, выяснилось, что основной трудностью является ее ограниченная доступность для широкого использования: указали на ее ограниченность 60.7% опрошенных. Для 21.3% респондентов основной трудностью в поиске информации является ее отсутствие и для 21.3% мешают сложности технического и технологического характера: проблема отсутствия электронных версий печатных источников. Из-за неумения пользоваться поисковыми системами 2.5%. Другие трудности возникли у 32.8% респондентов.

С ростом объема и разнообразия информации в современном обществе, молодые люди обращаются к тем или иным информационным источникам, одни из которых теряют свою востребованность, другие становятся более актуальными, удовлетворяя информационные потребности молодежи, и увеличивают количество пользователей.

Около 16.4% предпочитают печатные издания о шоу-бизнесе, 31.9% интересуются новостными изданиями. Каталоги интересуют 7.4% опрошенных. Менее популярны издания о спорте – 6.6%.

Таким образом, выбор печатных изданий развлекательного содержания у молодых людей похож. Новостные издания, рассказывающие о событиях в стране и в мире также имеют повышенный спрос.

Полученные данные указывают на рост количества молодых пользователей многих интернет-сервисов. Самыми популярными интернет-ресурсами нижегородской молодежи традиционно является российская социальная сеть «ВКонтакте» - 89.3% (выбрали 109 опрошенных). На втором и третьем по популярности местах, соответственно, «Instagram» и «YouTube»: «Instagram» популярен у 84.4% респондентов (103 человека) и «YouTube» - у 73% (89 человек). «Telegram» предпочтителен для 55.7% респондентов (68 человек), Поисковики популярны у 54.1% опрошенных (66 человек), Википедия у 38.5% (47), «What`sApp» популярен у 37.7% респондентов (46 человек), Интернет-магазины у 32% (39 человек), «Viber» - 31.1% (38 человек), Новостные Интернет-ресурсы популярны у 30.3% респондентов (37 человек), «Twitter» - у 14.8% опрошенных (18 человек), «Facebook» - у 6.6% (8 человек), «Одноклассники» - 1.6% (2 человека). Другие сайты популярны у 18% молодых людей (22 человека).

Самой популярной радиостанцией у респондентов является «Европа Плюс» - ее слушают 54.9% молодых людей. «Love Радио» слушают 20.5% опрошенных, «Дорожное Радио» и «Русское Радио» предпочитают слушать 14.8% молодежи, а «Хит FM» и «Ретро FM» слушают 10.7% опрошенных. Наименее популярно «Радио Шансон» - его слушают лишь 4.9% респондентов. Другие радиостанции популярны у 44.3% респондентов.

Самым популярным телеканалом у молодых людей является канал ТНТ (53.3%), второй по популярности канал – СТС (47.5%). Телеканал «Пятница»

популярен у 41% молодых людей; «Первый» - 37.7%, «Муз ТВ» - 25.4%, «Россия 1» - 23.8%, «ТВ 3» - 17.2%.

Менее десяти процентов набрали каналы «Рен ТВ» (9%), «Матч ТВ» (8.2%), «НТВ» (7.4%). Другие каналы предпочитают смотреть 36.9% опрошенных. Развлекательные каналы пользуются большей популярностью у молодых людей.

От получения достоверной и качественной информации зависят многие факторы. Это важно для социализации и интеграции человека в различные коллективы, для профессионального и карьерного роста, для построения гармоничных отношений между людьми и в обществе. Информация о планируемых молодежных программах также важна для молодого населения, ведь от этого зависит успех в их социальной жизни. В нашем социологическом опросе у респондентов была возможность указать, каким способом и в каком виде они получают информацию о проводимой молодежной политике.

Периодически узнают о мероприятиях, но не следят 49.2% респондентов. Могли бы заинтересоваться такой информацией 18.9% опрошенных. Не интересуются мероприятиями для молодежи 17.2% респондентов. Следят и постоянно в курсе таких новостей 12.3% молодых людей. Не могут получить информацию в нужном объеме 2.5% опрошенных.

Больше половины респондентов расценивают информирование молодежи о проводимых программах и мероприятиях позитивно – 60.6%, из них 13.9% считают, что информирование организовано хорошо, информации много и она подается ярко и интересно, 46.7% опрошенных считают, что информирование проводится хорошо, но информация не всегда интересная. Не получают информации о проводимых программах и мероприятиях в молодежной среде 10.7% опрошенных. 7.4% респондентов негативно

оценивают систему информирования молодежи. Для 21.3% респондентов информации недостаточно.

Недостаточное количество рекламы и рекламных акций 47.5% опрошенных считают одной из главных проблем недоступности информации о проводимой молодежной политике. Высокая стоимость молодежных журналов и других ресурсов находится на втором месте и является проблемой для 22.1% респондентов. Проблема отсутствия свободного доступа в сети Интернет составляет 8.2% и занимает третье место. Другие проблемы недоступности информации для широкого круга потребителей среди молодежи, в том числе отсутствие потребности в информации о молодежной политике, указали 43.4% опрошенных.

73% опрошенных видят путь решения проблем информационного обеспечения молодежной политики в интересной подаче информации. 71.3% молодых людей считают, что необходимо проводить более активную работу в социальных сетях. Третьим по значимости путем решения проблемы является проведение предварительного анкетирования молодежи с целью узнать их интересы (45.9%). Считают, что увеличение финансовой поддержки молодежной политики поможет в решении проблем информационного обеспечения 43.4% молодых людей. Такое решение, как подготовка ярких афиш и анонсов предпочитают 32% респондентов. Считают, что увеличение рекламы по телевидению, радио, печатных изданиях поможет в решении проблем информационного обеспечения 20.5% молодых людей. Предлагают ничего не делать 2.5% опрошенных.

Данные, полученные в результате исследования, помогут улучшить систему молодежной политики и поспособствует активизации информационного обеспечения. С помощью учета полученных результатов можно привлечь внимание наибольшего числа молодых людей для участия в молодежных программах. Сформировавшаяся информационная культура и

информационное пространство смогут стать способом решения проблем молодежи, опорой и поддержкой для молодых людей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бахмутена, В.В. Социальный интеллект информационный среды// В.В. Бахмутена //Библиография.- 2004.- №.3.
2. Бутянова, Е.С. Что интересует молодежь?/ Е.С. Бутянова //Библиотека.- 2006.- № 6.
3. Ромах, О.В. Провинциальная культура как фактор формирования досуга молодежи:дис.. док.фил.наук.:24.00.01/О.В. Ромах .- М.1997.- 340 с.

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА МОЛОДЁЖНОЕ ОБЩЕНИЕ

Борисенкова Н.Н.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Двадцать первый век – век технологий. Именно сейчас актуальна тема различных гаджетов и социальных сетей. Существует большое количество научных работ, посвященных данной проблеме. Например, профессор Шерри Теркл, выяснила, что растущая популярность онлайн-разговоров отрицательно сказывается на коммуникативных способностях пользователей. Пользователи интернет-бесед склонны чаще игнорировать друг друга, а также много лгут и слишком долго подбирают фразы, чего не наблюдается при общении вживую. Многие из участников её опросов подтвердили, что предпочитают использовать текстовые сообщения, потому что это позволяет им тщательнее выбирать выражения, чтобы донести до собеседника именно ту информацию, которую они считают нужной. Профессор сделала вывод, что большинство пользователей при разговоре лицом к лицу чувствуют себя не так уверенно, как при переписке в сети [1].

М.В. Шматко отметила, что при частом общении в социальных сетях, у респондентов не вырабатывается коммуникативный навык, что может привести к различным страхам у подростков при личном общении. В ходе её

опроса, респонденты поделились мнением о том, что у них не всегда получалось правильно формулировать и излагать информацию при личном контакте с другими, малознакомыми людьми и им легче было бы трактовать свои мысли в печатном виде. Также респонденты рассказали о том, что при живом общении они испытывали дискомфорт и это отражалось на их зажатом поведении [2].

В статье поставлена цель – выявить влияние социальных сетей на живое общение молодых людей с друзьями и родственниками. В соответствии с целью рассмотрены следующие вопросы: продолжительность проведения свободного времени в социальных сетях; наиболее популярные социальные сети; причины нахождения в социальной сети; продолжительность часов в день времяпрепровождения в социальных сетях; причины времяпрепровождения в социальных сетях; выбор общения между людьми; непреодолимое желание использовать социальные сети; эмоциональное состояние человека при невозможности посещения социальных сетей; посещение социальных сетей в конкретный отрезок дня; откладывание дел на потом, для проведения большего количества времени в социальных сетях; социальная зависимость.

Сбор данных проводился в форме анкетирования, в котором приняло участие 287 респондентов. Собранные данные относятся к 14.11.20 От общего числа опрошенных большую часть составляют женщины –74.2% и 25.8% мужчин. Наибольшая доля опрошенных относится к возрастной группе 17-23 лет.

Наиболее популярными мессенджерами оказались: В Контакте (93% респондентов), Инстаграм (68,6 %), Телеграм (54,7%), Вайбер (47,7%). Менее популярна социальная сеть Феесбук, которую используют всего лишь 32 человека. Остальными социальными сетями, имеющие малый спрос, пользуются 68 человек.

Большую часть, а именно 39,7 %, составляют участники опроса, которые используют социальные сети как средство общения. Около 30 %

респондентов пользуются социальными сетями для просмотра новостей; 15,3% - просмотра видео; 12,2 % - прослушивания музыки.

Самой популярной продолжительностью времяпрепровождения в социальных сетях является 3-6 часов (40,1% участников). Около 34,5 % участников опроса проводят в социальных сетях около 1-3 часа; 17,1 % по 6-12 часов. Наименьшие доли составили участники, которые проводят в сети менее 1 часа и более 12 часов.

Самой популярной причиной времяпрепровождения в социальных сетях является общение с друзьями (58,2% респондентов). Около16,7 % пользуются социальными сетями для учёбы, а 11,1% - для работы. Остальные (13,9 %) пользуются социальными сетями из-за наличия свободного времени. Скорее всего именно они составили ту часть респондентов, кто проводит большее время в социальных сетях.

Большую часть (56,8 %) составили участники, которые предпочитают реальное, живое общение. Лишь 37,6 % - те респонденты, кто больше заинтересован в виртуальном общении. Около 6% участников опроса используют виртуальное и реальное общение одинаково.

Более половины респондентов замечают за собой непреодолимое желание использовать социальные сети, а четвертая их часть никогда не замечали за собой непреодолимого желания пользоваться социальными сетями. Около 70% респондентов относится к невозможности посещения социальных сетей нейтрально, 13.6 % - равнодушно, но у 18,1 % опрошенных невозможность посещения социальных сетей сопровождается раздражительностью и беспокойством.

Большую часть (63,1%) составили те участники, которые предпочитают проводить время в социальных сетях с 18:00 и до 23:00, поскольку в этот промежуток времени у людей меньше дел или они предпочитают провести вечернее время с отдыхом. Пятая часть респондентов находится в сетях с 12:00 до 18:00, т. е время для обеда или полдника, а как правило, 7 % респондентов проводят время в социальных сетях после 23:00, когда

готовятся ко сну и предпочитают расслабиться и посмотреть новости или видео. Оставшаяся часть респондентов пользуется сетями с 6:00 до 12:00, когда едут в транспорте на учёбу, работу и стараются занять себя чем-то в дороге.

Большинство респондентов (37,6%) не откладывают свои дела для проведения большего количества времени в социальных сетях; 36,6 % сомневаются и не могут с твёрдой уверенностью сказать, что они не откладывают свои дела на потом, чтобы посидеть в социальных сетях; 22,3 % с неуверенностью ответили, что скорее всего они бы отложили дела на потом и лишь 3,5% респондентов заявили с уверенностью, что отложили бы дела на потом и провели бы время в социальных сетях.

Интересно распределение респондентов по поводу осознания социальной зависимости от сетей. Большую часть составили те респонденты, которые считают себя скорее социально-зависимым (33,4%), чем нет. Около 30% твёрдо уверены, что они не являются социально-зависимыми; 28,6% сомневаются, что могут считать себя социально-зависимым и 9,1 % считают себя социально-зависимыми.

Анализ результатов опроса позволяет сделать вывод, что большинство респондентов проводят большое количество времени в социальных сетях с целью общения с друзьями, родными и близкими. Многие умеют находить середину между виртуальным и живым общением. В то же время у некоторой части молодежи возникает психологическая зависимость, появляется нервозность, агрессия на фоне того, что не всегда есть доступность выхода в интернет. Отметим, что на этот факт указывает и Е. Михальченко, анализирующая оптимальное время нахождения молодежи в интернете [3].

В заключение отметим, что респондентов, принявших участие в онлайн опросе, можно разделить на две категории: в большей степени нуждающихся в социальных сетях с целью общения и практически не нуждающихся в сетях для этой цели. Отдельную группу составляют респонденты, обращающиеся к

сетям, не столько для общения, сколько с целью времяпровождения. В целом социальные сети имеют огромное влияние на молодёжное общение.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Шерри Тёркл. Одинокие вместе: почему мы ожидаем большего от технологий, чем друг от друга. (Китайгородский А.И. Молекулярные кристаллы. М.: Наука, 1971 201 с.)

2. Шматко М.В. Влияние социальных сетей на коммуникативные навыки подростков // Гуманитарные научные исследования. 2016. № 12 [Электронный ресурс].

3. Михальченко Е. Доступ разрешен// Газета коммерсантъ. 2019. № 182(6662) URL: https://www.kommersant.ru/doc/4117340 (дата обращения 22.11.2020)

WEB-САЙТ КОМПАНИИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Васильев А. И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность развития бизнеса в условиях цифровой экономики обуславливается предпочтением большинства молодежи и людей среднего возраста делать свой выбор в части приобретения товаров и услуг на основе информации получаемой из сети. Web-сайт является обязательным инструментом в мире бизнеса способствующим успешномуразвитию практически любой компании независимо от ее размера, сферы деятельности и положения на рынке.

Оптимальная имплементация и продвижение сайта – это основная точка начального роста для формирования бизнес процесса с целю максимизации эффективности индоктринации понимания основных конкурентных преимуществ продукта определенных и инициализированных в маркетинговой стратегии любого вида бизнеса.

Основной экономической задачей, решаемой при создании и продвижении web-сайта является формирование высокоэффективного и

одновременно низкозатратного рекламного ресурса для увеличения доходности бизнеса.

Все современные языковые технологии, используемые для создания сайтов быстро устаревают и с каждым днем все меньше используются на практике. Это связано с тем, что в настоящее время для создания полноценного сайта, отвечающего всем требованиям бизнеса не нужно обладать навыками веб-программирования. Достаточно иметь минимальные знания языка HTML и обладать общими представлениями о веб-технологиях, с целью ориентирования в процессе создания сайта для повышения эффективности результата. Основная масса сайтов создается при помощи CMS, или конструкторов сайтов.

CMS (англ. ContentManagementSystem) - программный комплекс, предоставляющий функции и одновременно автоматизирующий процессы создания сайта, а так же управления его контентом. CMS так же часто называют «движком» сайта [1, 2, 3].

В зависимости от требований и ожиданий, предъявляемых к создаваемому сайту можно использовать платный вариант использования, бесплатный или частично платный, т.е. оплатить расширенные возможности, покупку уникального домена, услуги по продвижению сайта.

Бизнес-задачи, которые можно решить при помощи CMS [2, 3]:

1. Сформировать структуру веб сайта согласно цели создания сайта (визитка, информационный сайт, каталог, интернет магазин, электронный портал, и т.д.);

2. Сформировать страницы по заданной структуре любого дизайна и сложности. Здесь можно использовать полностью готовые шаблоны или, обладая навыками HTML придать страницам уникальный стиль с помощью добавления или редактирования соответствующих тегов;

3. Возможность добавления различного контента на сайт (видео, аудио, форум, чат и т.д.);

4. Широкие возможности администрирования сайта. Регистрация различных групп пользователей и управление правами доступа. Возможность создавать, добавлять и редактировать различный контент для посетителей, руководящих работников, персонала и т.д.;

5. Возможность настройки цветовой схемы сайта, согласно общей идее, используя теорию цвета и психологию цвета;

6. Возможность быстрой трансляции сообщений в социальные сети и управление почтовой рассылкой для оперативного оповещения о важных событиях.

В процессе функционирования web-сайта ведется постоянный мониторингпосещаемости страниц. Отчет о посещаемости сайта наглядно демонстрирует то, что вызывает наибольший интерес посетителей, способствует совершенствовать работу по корректировке контента, помогает маркетологу формировать акции и более наглядно доносить информацию о них.

Алгоритм технической реализации задачи по созданию сайта на базе технологий CMS:

Первый этап:

- аналитика, разработка детального технического задания, отражающего структуру сайта;
- прототипирование/макетирование сайта.

Второй этап:

- дизайнерская концепция, дизайн каждой страницы сайта, заголовка и футера сайта, каждой формы, навигационной панели.

Третий этап:

- верстка макетов с учётом адаптивности дизайна;

- установка и настройка CMS Joomla на сервере;
- применение сверстанных макетов на выбранной CMS;
- проработка схемы базы данных (БД) в приложении phpMyAdmin;
- реализация функциональной части сайта и интеграция с БД mysql.

Четвертый этап:

- тестирование проекта в среде разработки;
- отладка;
- исправление замечаний;
- сдача проекта.

Технологический процесс

Информационное сопровождение web-сайта подразумевает под собойсовокупность работ, в числе которых [4]:

- обновление контента;
- создание новых разделов сайта;
- размещение рекламных предложений;
- добавление мультимедийного контента;
- развитие форумов;
- редактирование каталога;
- добавление отзывов клиентов компании;
- добавление новых услуг и товаров компании.

Тестирование является неотъемлемой частью в процессе разработки сайта. Тестирование необходимо проводить до передачи заказчику готового решения.

Тестирование включает в себя следующие процессы:

- Разработка плана тестирования.
- Тестирование существующих функций сайта – может происходить с использованием различных технологий. Один из методов

тестирования веб-приложения заключается в применении среды, аналогичной среде, в которой будет выполняться приложение, т.е. тестирование непосредственно в браузере. Для автоматического управления браузером с помощью специально написанных тестов существует движок Selenium. Другой метод: метод модульного тестирования, заключающийся в тестировании функционала взятых по отдельности модулей.

- Проверка на соответствие изначальному дизайну – выполняется специалистами компании. Они сравнивают полученное решение с макетами, которые были согласованы с заказчиком.
- Тестирование на кроссбраузерность – необходимо, т.к. в разных браузерах веб-приложение может отображаться по-разному. Выполняется ручным способом.
- Тестирование на соответствие стандартам – выполняется путём отправки на верификацию полученного HTML, CSS-кода. Для этих целей чаще всего используется верификатор, предоставленный консорциумом W3C по URL validator.w3.org.
- Тестирование удобства использования сайта – специалисты проверяют, насколько интерфейс пользователя продуман. Иногда для достижения наилучших результатов собирают группу предполагаемых пользователей с последующим опросом последних.
- Тестирование существующих задержек – помощью автоматизированных тестов выполняется проверка производительности сайта при высоких нагрузках.
- Проверка сервера на существование уязвимостей – над этим чаще всего работает специалист по информационной безопасности.

Сдача проекта заказчику осуществляется только после того, как продукт полностью протестируется специалистами.

Затем необходим комплекс работ по продвижению сайта.

Разработка направлений по продвижению web-сайта

В качестве направлений по продвижению сайта стоит использовать максимально широкую вариацию платформ [5, 6, 7, 8, 9, 10, 11]:

1) Регистрация в «Яндекс.Вебмастер» и в «Инструменты для вебмастеров»

Зарегистрировавшись в панелях для вебмастеров, появляется возможность узнать всю информацию об индексации сайта, ошибках сканирования, наложенных санкциях, в общем, обо всем, что касается «видимости» вашего сайта в поисковых системах. Без регистрации в этих двух панелях продвижение сайта невозможно.

2) Установка счетчиков сервиса статистики

«Яндекс.Метрика», GoogleAnalytics и Liveinternet– самые популярные системыweb-аналитики, предназначенные для оценки посещаемости web-сайтов и анализа поведения пользователей. Хотя бы один из трёх счетчиков обязательно нужно установить на сайте. На разработанном сайте предлагается установить счётчик «Яндекс.Метрика».

3) Регистрация в популярных социальных сетях.

Вконтакте, Facebook, Instagram, Twitter, Google+, Одноклассники, Telegram, StumbleUpon, Pinterest– основныепопулярные на данный момент времени социальные сети и мессенджеры, регистрация на которых обязательна. Какие-то из них будут более эффективны для данной тематики, какие-то – менее, но присутствовать нужно во всех обязательно.У потенциального клиента должна быть возможность общаться с компанией на той площадке, где ему это удобно.

4) Создание канала компании на сайте YouTube.com.

С каждым днем все больше интернет-пользователей обращаются к видеохостингу YouTube для того, чтобы узнать что-то или научится чему-то [12].

Это значит, что у компаний существует хорошая возможность привлечь аудиторию, используя на сайте YouTube познавательный контент в области деятельности компании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Уильямс Б., Дэмстра Д., Стэрн Х. WordPress для профессионалов. Разработка и дизайн сайтов. Питер, 2014. 461 с.

2. Официальный русский сайт CMS MODx [электронный ресурс] URL: https://modx.ru/ (дата обращения: 17.09.2015)

3. Официальный русский сайт CMS WordPress [электронный ресурс] URL: https://ru.wordpress.org/ (дата обращения: 25.09.2015)

4. Этапы создания сайта [электронный ресурс]Режим доступа: http://spinch.net.ua/stati/etapi-sozdaniya-sayta

5. Алашкин П. Все о рекламе и продвижении в Интернете, М., Альпина Паблишер, 2014. С.220.

6. Ашманов И., Иванов А. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах (+CD). 3-е изд. СПб. Питер, 2015. — 464 с.: ил.

7. Горшков А. Продвижение в социальных медиа // Арсенал предпринимателя. - 2011. - № 6. С. 55 – 60.

8. Загуменнов А. П. Как раскрутить Web-сайт [Текст] / Загуменнов А.П. – М.: ДМК Пресс, 2013. – 268 с. Шифр РНБ: 2013-7/2092

9. Кремнев Д. Продвижение в социальных сетях, СПб, Питер, 2011. С. 158.

10. Сафин. А. 111 способ повысить продажи без увеличения затрат// СПб, Питер, 2012. С.304.

11. Продвижение сайта в социальных сетях [электронный ресурс]Режим доступа: http://fb.ru/article/2640/prodvijenie-saytov-v-sotsialnyih-setyah

12. Видеохостинг youtube [электронный ресурс] Режим доступа: https://www.youtube.com.

СОВРЕМЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В БИЗНЕС ПРОЦЕССАХ ЭКОНОМИЧЕСКИГО СУБЪЕКТА

Воробьева Д.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность проблемы заключается в том, что существующие концепции и стандарты устаревают, требования современности диктуют необходимость постоянной модернизации экономической сферы. Общие тенденции развития учетной сферы, автоматизация бизнес процессов, появление различных систематизированных программ учета и справочно-правовых систем, все это подталкивает к постоянным преобразованиям концепции формирования бухгалтерской финансовой отчетности.

Современный бухгалтерский учет строится на основе компьютерного учета, который реализуется при помощи современных средств вычислительной техники и бухгалтерских программных продуктов. Программы позволяют автоматически интегрировать и быстро обрабатывать большие массивы данных, полученных от реализации различных бизнес процессов, происходящих в организации. Но недостаточно только инновационного развития программного обеспечения. Важным аспектом для формирования концепции учета является развитие законодательства в сфере бухгалтерской отчетности. В связи с этим отечественные законодатели ведут политику сближения российских норм бухгалтерского учета и международных, более прогрессивных, отвечающих современным тенденциям. Постоянно продолжаются работы над концептуальными, методологическими и практическими вопросами. Появляются новые тенденции развития финансовой отчетности, а также модифицируются существующие стандарты.

Основным регулятором финансового учета является № 402-ФЗ [1], в нем содержатся концептуально важные, отвечающих интересам государства

и бизнеса положения, направленных на реальное совершенствование системы бухгалтерского учета и отчетности.

За последнее время было принято множество поправок, оказывающих непосредственное влияние на рассматриваемую сферу деятельности. В первую очередь, подчеркивая ориентированность на переход к цифровой экономике в соответствии с Федеральным законом от 28.11.2018 г. N 444-ФЗ (ред. от 26.07.2019 г.) «О внесении изменений в Федеральный закон «О бухгалтерском учете» в часть 5 статьи 18 Федерального закона от 06.02. 2011 г. года N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете»» были приняты поправки, касающиеся форм сдачи бухгалтерской отчетности. В связи с приятыми правками отчетность предоставляется только в налоговый орган по месту нахождения экономического субъекта, за исключением ряда предприятий, чья отчетность содержит государственную тайну и организаций из специального перечня Правительства РФ. Ранее в обязанности организации была включена необходимость предоставления одного экземпляра, утвержденной документации, в Федеральную службу государственной статистики. Изменилась и форма представления отчетности с 01.01.2020 г. информация передается в виде электронного документа через операторов электронного документооборота (для субъектов малого предпринимательства, соответствующих определенным критериям предусмотрен переходный период до 2021 года). У руководителей появилась возможность утвердить и подписать финансовую отчетность, составленную в виде электронного документа, с помощью квалифицированной электронной подписи.

Приказ Минфина России от 19.04.2019 г. № 61н внёс изменения в приказ Минфина от 02.06.2010 г. № 66н (далее – приказ № 66н) [2], которым утверждены формы бухгалтерской отчетности организаций. Требования современности диктуют переход к единству терминов и обозначений. В соответствии с этим, единица измерения всех показатели с две тысячи двадцатого года – тысяча рублей. В предыдущей версии можно было выбрать

между тысячами и миллионами рублей. Изменения коснулись классификаторов видов экономической деятельности, ОКВЭД сменился на ОКВЭД 2. Вид основной деятельности необходимо выбирать из классификатора ОКВЭД 2. При этом код, указанный в балансе, должен присутствовать в ЕГРЮЛ компании, в противном случает, ИФНС потребует дополнительные разъяснения. Коды форм по ОКУД приведены в соответствие с постановлением Госстандарта России от 30.12.1993 г. № 299 [3] в действующей редакции приказов Росстандарта. Внесены новые строки об обязательном аудите. Появилась отметка о том, попадает ли отчетность под обязательный аудит, и строка об аудиторской компании, проводившей проверку (ИНН, ОГРН, наименование, ФИО аудитора). Рассмотренные изменения затрагивают структуру заголовочной части всех форм учетной документации, относятся ко всем лицам, имеющим обязанность в соответствии с законодательством сдавать финансовую отчетность. Продолжая рассматривать изменения в отчетности, можно сделать вывод, что бухгалтерский баланс остался без изменений, но были внесены коррективы в отчет о финансовых результатах. Строке 2410 присвоено новое название – «Налог на прибыль». Из формы отчета исключены строки: 2421 «Постоянные налоговые обязательства (активы)», 2430 «Изменение отложенных налоговых обязательств», 2450 «Изменение отложенных налоговых активов». Нашли отражение: 2411 «Текущий налог на прибыль», 2412 «Отложенный налог на прибыль» 2530 «Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода». Финансовый результат теперь определяется как сумма строк: 2400 «Чистая прибыль (убыток)», 2510 «Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода», 2520 «Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода», 2530 «Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода».

По общему правилу бухгалтерская отчетность организации считается составленной после подписания ее руководителем организации. Однако уточненная редакция части 8 статьи 13 Федерального закона «О бухгалтерском учете» [1] более не связывает признание бухгалтерской отчетности, составленной исключительно с подписанием ее экземпляра на бумажном носителе (ранее - только после подписания экземпляра отчетности на бумажном носителе).

Таким образом, бухгалтерская отчетность организации считается составленной после подписания руководителем организации:

1) экземпляра бухгалтерской отчетности на бумажном носителе - в случае, когда бухгалтерская отчетность организации составлена на бумажном носителе;

2) экземпляра бухгалтерской отчетности, составленной в виде электронного документа, электронной подписью - в случае, когда бухгалтерская отчетность организации составлена в виде электронного документа.

Цифровая стандартизация происходит и в сфере Федеральной налоговой службы, на сайте https://bo.nalog.ru/ появилась возможность просмотра и получения бухгалтерской отчетности организаций. Функция получения информации дает возможность скачать с государственного информационного ресурса финансовую отчетность организаций, подписанную усиленной квалификационной подписью, что в соответствии с Федеральным законом от 06.04.2011 N 63-ФЗ (ред. от 08.06.2020 г.) «Об электронной подписи» [4] имеет равнозначную юридическую силу, что и подпись должностного лица налогового органа, заверенная печатью Федеральной налоговой службы.

Важный сервис, организован Федеральной налоговой службой на сайте https://ofd.nalog.ru. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства позволяет получить выписку, подписанную электронной подписью. Необходимо отметить, что реестр формируется

автоматически на основе критериев из ст. 4 Федерального закона от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ (ред. от 27.10.2020 г.) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [5]. Внесение и исключение сведений о юридических лицах и об индивидуальных предпринимателях происходит на основании среднесписочной численности работников за предшествующий календарный год, сведений о налогах и сборах, сведений о доходе, переданных в налоговый орган в сроки, указанные в законодательстве, а также наличие субъекта в едином реестре юридических лиц (ЕГРЮЛ) либо в едином реестре индивидуальных предпринимателей (ЕГРИП). Данные сведения бесплатно можно получить на основе данных сайта https://egrul.nalog.ru/index.html. Сервис разработан в соответствии с пунктом 1 статьи 7 Федерального закона от 08.08.2001 г. № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» [6]. Выписка/справка формируется в формате PDF, содержащем усиленную квалифицированную электронную подпись и ее визуализацию (в том числе при распечатывании выписки/справки).

Таким образом информация является открытой для заинтересованных лиц и достоверной, что подтверждается компетентным органом. Открытость, достоверность, полнота, понятность – являются основными принципами для бухгалтерской отчетности. Кроме этого, полученная информация, помогает сформировать мнение о компании для потенциальных партнеров.

Вывод. В мировой экономике прослеживается тенденция развития цифровых технологий. Наша страна также не является исключением, происходит постепенный переход к цифровой экономике. Вносимые изменения экономят самый важный ресурс в жизни современных людей – время. Подготовка и сдача финансовой отчетности становятся проще и понятнее, происходит постепенный переход к автоматизации процесса сдачи учетной документации. В настоящее время сложно представить бухгалтерскую службу организации, не использующую в своей работе современное программное обеспечение. Но нельзя останавливаться на

достигнутом, требуется разработка и усовершенствование методов сбора и обработки финансовой информации, интеграция полученных знаний с другими бизнес процессами предприятия, а также с внешними сферами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. О бухгалтерском учете. Федеральный закон от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ (в ред. от 26.07.2019 г.)
2. О формах бухгалтерской отчетности организаций. Приказ Минфина России от 02.07.2010 г. № 66н (ред. от 19.04.2019 г.)
3. О введении в действие межгосударственного стандарта. Постановление Госстандарта России от 04.09.1997 г. № 299
4. Об электронной подписи. Федеральный закон от 06.04.2011 г. № 63-ФЗ (ред. от 08.06.2020 г.)
5. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации. Федерального закона от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ (ред. от 27.10.2020 г.)
6. О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Федерального закона от 08.08.2001 г. № 129-ФЗ (ред. от 31.07.2020 г.)
7. Государственный информационный ресурс бухгалтерской финансовой отчетности – URL: https://bo.nalog.ru (дата обращения 20.11.2020)
8. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства – URL: https://ofd.nalog.ru (дата обращения 15.11.2020)
9. https://egrul.nalog.ru/index.html (17.11.2020)

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСОМ

Горин И. А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность данной темы, определяется тем, что в современной российской экономике давно назрела необходимость долгосрочного повышения эффективности управления бизнесом. Эффективное управление

бизнеса включает в себя комплекс мер, направленных на развитие и дальнейшее совершенстование всех процессов в деятельности кампании. Прежде всего, меры направленные на повышение производительности труда, эффективное управление персоналом, модернизация техники и технологий с учетом развития цифровой экономики.

Вопросы рассмотрения эффективного управления бизнесом были изучены в работах Л.Л. Надреевой, О.В. Петровой, А.С. Клепиковой и других.

Однако, данные работы носят поверхностный характер исследования и не касаются глубины вопроса. В данной статье произведена попытка комплекного подхода к вопросу эффективного управления бизнесом.

Научная новизна заключается в разработке алгоритма повышения эффективности управления бизнесом.

Считаем, что в основе повышения эффективности управления бизнесом должна лежать задача повышения производительности труда.

Низкий уровень производительности труда отражается на общей результативности производственной системы, так как производительность труда является критерием эффективности использования рабочей силы в процессе производственной деятельности.

Увеличение объемов производства и сокращение себестоимости производимой продукции, выполняемых работ или услуг происходит за счет роста производительности труда. От состояния производительности труда зависит и уровень конкурентоспособности продукции (работ, услуг) на рынках сбыта.

Задача повышения производительности труда может быть решена активизацией действия материально-технических, социально-экономических и организационных факторов. В частности, обновление и модернизация технической базы, усиление инвестиционной активности хозяйствующих субъектов и творческой активности всего персонала оказывают

непосредственное влияние на положительную динамику роста производительности труда.

Особое внимание должно быть уделено финансированию научных исследований и разработок, которое необходимо в несколько раз увеличить.

С этой целью руководству кампаний следует обратить внимание на инвестиционную политику. Грамотно разработанная инвестиционная политика будет способствовать повышению эффективности управления.

В условиях развития цифровой экономики для развития бизнеса и повышения его эффективности открываются новые возможности. Например, в настоящее время используются различные типы технологий: цифровые камеры, видеокамеры, электронные носители и ЖК-проекторы. Веб-камеры и веб-трансляции позволяют создать виртуальную среду. Широкое распространение получили компьютеры, планшеты и мобильные устройства. Мобильные устройства можно использовать для интерактивной обратной связи с аудиторией.

Итак, новые технологии определяют новые методы, средства, используемые в практической деятельности кампаний, ориентирующиеся на личность, общество и государство в целом.

Цифровая экономика – это, несомненно, шаг вперёд для человечества и развития бизнеса. Технологии позволяют вести бизнес и управлять финансами из любой точки мира. В связи с тем, что такая экономика позволяет отслеживать все денежные потоки в стране, она делает бизнес прозрачным и уменьшает долю чёрного рынка. А также даёт возможность оплачивать онлайн налоги и штрафы [2, с.114].

Еще один плюс развития цифровой экономики – возможность работы удаленно. Таким образом, предоставляется возможность выполнения большого объема работ, а это в свою очередь повышает эффективность развития бизнеса.

Но в любой системе есть свои недостатки. Работники кампаний должны помнить о хрупкости электронных данных. Любой технический сбой

может привести к безвозвратной утрате и обрушению всей цифровой экономикии, потере данных [1, с.213].

Рост числа и распространение цифровых устройств привело к возникновению понятия «Большие данные». Возможности, которые дают «Большие данные» становятся уникальными не только для экономики, но и для менеджмента. В режиме реального времени стало возможно анализировать терабайты новой информации, а значит моментально принимать решения.

На основе комплексного подхода разработан алгоритм повышения эффективности управления бизнесом, который представлен на рисунке 1.

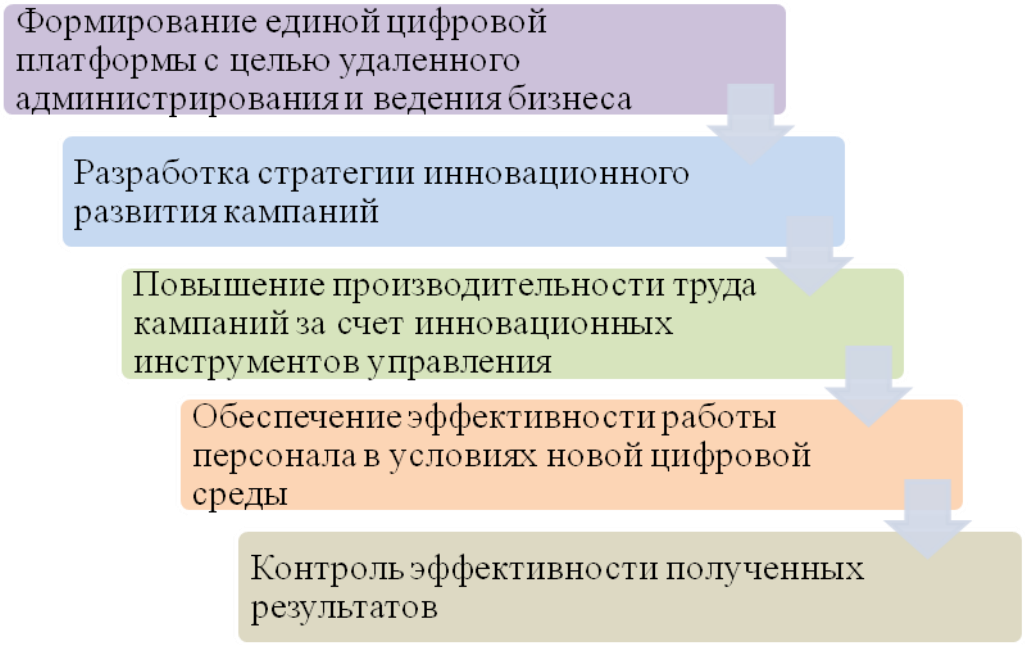


Рис.1. Алгоритм повышения эффективности управления бизнесом

Большое внимание на развитие бизнеса и его управление оказывают инновации. Американские эксперты считают, что инновации является одним из важных факторов, влияющих на совершенствование цифровой экономики. Поэтому многие американские компании превратились в настоящих монополистов в своей отрасли. Их доходы увеличились за счет повышения уровня цифровизации: использование социальных сетей, создание собственных программ и мобильных приложений и так далее. Благодаря

этим новшествам процесс взаимосвязи между компанией и потребителем стал более удобным и быстрым, а значит более эффективным и качественным. За счет этого увеличились производство и продажа товаров и услуг.

Однако, большинство, казалось бы, только недавно востребованных профессий, стали все менее и менее значимыми, так как на место живой рабочей силе «вживляют» роботов и различную автоматизированную технику. Если сейчас некоторые аппараты нуждаются в специалистах по их присмотру и техническому обслуживанию, то в скором будущем эти процессы будут полностью автоматизированы. Такие профессии, как секретари, консультанты и т.д. могут потерять актуальность [3, с.114].

Процесс обучения или получения новых знаний должен быть упорядочен и систематизирован. Отметим следующие его формы. Во-первых, это получение навыков на дополнительных курсах. Они могут проводиться как и в учебном заведении, так и онлайн. Всё зависит от личных предпочтений и от получаемого навыка (ИТ-подготовку вполне можно пройти онлайн). Во-вторых, это общение на форумах и изучение информации там. Иногда именно там возможно найти ту самую ценную информацию и заполучить умения, о которых не напишут в учебных пособиях. И, в-третьих, это вступление в профессиональные группы в социальных сетях.

В настоящее время виртуальное общественное пространство занимает чуть ли не половину нашей социальной жизни, поэтому разумно использовать это с наибольшей для себя пользой и выгодой. В подобных тематических группах можно обсуждать проблемы и изучать что-то новое, как и на форумах в сети, однако в социальных сетях есть еще и возможность общаться лично, найти единомышленников и даже заниматься вместе, максимально оптимизируя процесс усвоения новых знаний.

Можно сделать вывод о том, что современные технологии управления занимают важное место в ведении бизнеса. Для того чтобы осуществлять грамотное управление ими необходим грамотный подход и образование.

Чтобы оставаться успешным специалистом в сегодняшних условиях цифровой экономики владельцам бизнеса, необходимо иметь хорошую динамику развития, достаточный уровень самоорганизации и готовность меняться.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Антикризисное управление: Учебник / Под.ред. Э.М. Короткова. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 432 с.
2. Надреева, Л.Л. Производительность труда в сфере услуг / Л.Л. Надреева //Образование и наука в современном мире. Инновации. – 2015. – № 1. – С. 114–123.
3. Одегов, Ю.Г. Экономика труда: Учебник для бакалавров / Ю.Г. Одегов, Г.Г. Руденко. - М.: Юрайт, 2013. - 423 с.

СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ КАК ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА

Евграфова Т.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность данной темы заключается в том, что в наше время происходят трансформационные процессы в экономике, все спектры жизни быстро развиваются, поэтому для каждой компании и каждой организации становятся важными вопросы организации построения системы внутреннего контроля.

С каждым годом, всё больше руководителей понимают, что любые затраты связанные с внедрением системы управленческого учёта в организациях и на предприятиях, абсолютно оправданные. Управленческий учет, как составная часть бухгалтерского учета, занимает лидирующие позиции в экономике управления предприятием.

В наше время быстро развиваются информационные технологии, поэтому организациям необходимо быстро реагировать и внедрять их в своё

производство, что бы обеспечить высочайший уровень скоростного получения информации и новые возможности обработки и анализа учётно-аналитической информации.

Изменения в организационной структуре предприятий, играют большую роль, особенно во время укрепления бизнеса, образования холдингов и корпораций, поэтому возникает необходимость в новых подходах и стилях организации управления. Чтобы быть конкурентно способными организации ориентируются на потребителя и на качество производимой продукции. Чтобы быть привлекательными для инвесторов и собственников, организациям необходимо улучшать внешнюю отчетность в целях обеспечения более открытой, правдивой и объективной информации о предприятии. Чтобы идти в ногу со временем и эффективно и оперативно управлять предприятием, успевать за передовыми разработками в области экономике, предприятиям необходимо использовать современный инструментарий бухгалтерского учета. Внедрение сложных современных производственных технологий также способствует внедрению и постановке управленческого учета.

Управленческий учет состоит из ряда элементов: бюджетирование; центры ответственности, управленческая отчётность; управленческий анализ и управленческий контроль; система автоматизации управленческого учёта и др. Последнее время мы можно наблюдать, что система внутреннего контроля может быть как отдельной функцией управления в организации, так и интегрирована с системой управленческого учета. Данная интеграция позволяет системе управленческого учета получать дополнительную информацию, а системе внутреннего контроля использовать новые методы контроля.

«Система внутреннего контроля – совокупность организационной структуры, методик и процедур, принятых руководством экономического субъекта в качестве средств для упорядоченного и эффективного ведения хозяйственной деятельности, которая, в том числе включает организованные

внутри данного экономического субъекта и его силами надзор и проверку: а) соблюдения требований законодательства; б) точности и полноты документации бухгалтерского учета; в) своевременности подготовки достоверной бухгалтерской отчетности; г) предотвращения ошибок и искажений; д) исполнения приказов и распоряжений; е) обеспечения сохранности имущества организации».

Как известно, разработка и реализация стратегических эффективных решений, прежде всего, зависит от четкой системы контроля над происходящими событиями. В связи с этим на первый план выступает задача построения четко организованной и эффективной системы внутреннего контроля. После разработки и утверждения стратегических планов наступает момент их внедрения, в этот момент необходимо проконтролировать и отследить выполнение всех намеченных целей, вовремя сориентироваться при изменении внутренних и внешних условий хозяйствования, скоординировать деятельность всех подразделений предприятия в случае корректировки намеченных планов и путей их реализации.

Рассмотрим основные компоненты внутреннего контроля:

1.Контрольная среда - условия контроля, которые объективно существуют и субъективно создаваемые, и независящие от желания руководства внешними и внутренними факторами, так и отношение этого руководства к необходимости эффективного контроля.

2.Средства контроля – это процедуры внутреннего контроля, которые минимизируют риски связанные с достижением основной цели организации, техническими, организационными и документальными средствами.

3.Информационная система- это система показателей, основанных на данных бухгалтерской отчетности, которые определены и установлены руководством организации, поддерживаемая техническими, программными средствами, базами данных, персоналом соответствующей квалификации и процедурами обработки данных, для принятия управленческих решений и осуществления внутреннего контроля.

4. Оценка внутреннего контроля – это определяемые руководителем организации способы и методы определения эффективности внутреннего контроля. Оценка внутреннего контроля даёт возможность руководителям достаточно точно определять цели финансовой отчетности, для предотвращения рисков, даёт возможность проводить идентификацию рисков, чтобы создать соответствующий механизм по управлению ими, а также даёт возможность принимать во внимание риски мошенничества.

Мы можем отметить что внутренний контроль должен проводится абсолютно по всему экономическому субъекту, в нём должен участвовать весь персонал, а затраты должны быть меньше экономического эффекта от его проведения. Также в организации необходимо проводить мониторинг системы внутреннего контроля для поддержания её эффективности.

Оценка внутреннего риска играет очень важную роль для проверки, поэтому её проводят на этапе планирования аудиторской проверки. Переоценка значения риска ведёт к переоценке надежности её компонентов. В случае недооценки, затраты и время на проведение аудита увеличиваются, это снижает его эффективность, поэтому необходимо, чтобы в каждой аудиторской организации бала такая методология анализа внутреннего контроля, которая давала бы точную оценку и определяла максимальный риск.

Рассмотрим архитектуру системы внутреннего контроля:

1. контрольная среда - это регулирующие осуществление производственных функций внутренними условиями функционирования компании, которые определяются общими правилами управления компанией, документооборотом, регламентами и коммуникациями между персоналом.

2. Учётная система - это подготовка техническими, организационными и документальными средствами программного обеспечения, учётной политики и регламентов работы соответствующих подразделений, финансовой отчётности в компании, методик.

3. Контрольные процедуры – это процедуры предотвращения либо идентификации искажения данных отчетности и данных о хозяйственных операциях с помощью систематизированных методик.

Всё что мы рассмотрели выше, не может рассматриваться отдельно, все элементы связанны между собой, поэтому система внутреннего контроля должна затрагивать все процессы и хозяйственные операции, результатом которых будут бухгалтерские записи.

Чтобы внутренний контроль в организации не стоял на месте можно выделить следующие приоритеты для развития:

- Использование SWOT-анализа
- Автоматизацию
- Независимость
- Системность в проведении внутреннего контроля
- Использование зарубежных стандартов

Мы можем сказать, что основной целью системы внутреннего контроля является эффективное ведение финансовой хозяйственной деятельности, максимальное выявление и предотвращение ошибок, соблюдение законности.

В организации система внутреннего контроля может принимать различные виды. Мы выделили три, а именно: внутренний контроль, внутренний аудит, ревизия. Рассмотрим каждый в отдельности, по таким критериям как: нормативная база, сущность, структурное подразделение, рабочая должность, конечное стремление, достоинства, недостатки, размеры организаций.

1. Внутренний контроль

- В нормативную базу внутреннего контроля входят ФЗ «О бухгалтерском учете», ПБУ, Методические рекомендации и т. д.
- Сущность внутреннего контроля - это форма получения информации о состоянии организации.
- Структурное подразделение - служба внутреннего контроля.

- Рабочая должность – Контролёр.
- Конечное стремление – поддержание эффективности работы организации и надзор.
- Достоинства – данный контроль применяется всеми организациями, улучшает качество ведения бухгалтерского учёта, улучшает развитие бизнеса, повышает работоспособность всех подразделений.
- Недостатки - на стадии плановых проверок и последующего контроля над устранением недостатков, внутренний контроль малоэффективен.
- Размеры организаций - малые, средние и крупные.

2. Внутренний аудит

- В нормативную базу внутреннего аудита входят ФЗ «Об аудиторской деятельности», стандарты аудита и т. д.
- Сущность внутреннего аудита – это система контроля, которая позволяет соблюдать установленный порядок ведения бухгалтерского учёта и соблюдать надёжность финансовой системы внутреннего контроля.
- Структурное подразделение – служба внутреннего аудита.
- Рабочая должность – аудитор.
- Конечное стремление – это определение таких средств контроля, которые плохо работают или вообще отсутствуют, и предложение по их усовершенствованию.
- Достоинства – сотрудники, которые проводят аудиторский контроль, хорошо ознакомлены с корпоративной этикой, с внутренней структурой и со всеми особенностями, которые присущи организации и её подразделениям. Так же имею возможность пользоваться конфиденциальной информацией в отчётах об аудитах. Независимость работы внутренних аудитов от режима работы других сотрудников, где проводится проверка.

- Недостатки – достаточно большие затраты несёт организация на формирование системы, которые приводят к возможному увеличению себестоимости и сокращению прибыли.
- Размеры организаций – в большинстве случаев крупные.

3. Ревизия

- В нормативную базу ревизии входят ФЗ «Об акционерных обществах», ФЗ «Об ООО» ФЗ «О сельскохозяйственных кооперативах» и т. д.
- Сущность – проводится изучение хозяйственных операций для того, чтобы велось соблюдение законности и эффективности деятельности.
- Структурное подразделение – ревизионная комиссия.
- Рабочая должность – ревизор.
- Конечное стремление – выявление нарушений и неправомерных действий их исправление и наказание виновных
- Достоинства – наиболее полезна для контроля за сохранностью материальных ценностей и расследования мошенничества. Ревизоры хорошо квалифицированы и не имеют никаких связей с работниками проверяемого подразделения.
- Недостатки – ревизия не занимается внутренним контролем, как предварительным, так и текущим.
- Размеры организаций – всё зависит от организационно- правовой формы.

В рассматриваемых видах, мы видим как схожесть, так и различия форм организации систем контроля. Они могут комбинироваться абсолютно по-разному, начиная от выполнения контроля должностными лицами и заканчивая службой внутреннего аудита.

Подводя итог вышесказанному, можно заключить, что система внутреннего контроля должна быть незаменимым помощником для всех подразделений организации, она должна быть встроена в целостную систему

стратегического управленческого учёта и именно к ней должны обращаться все сотрудники по вопросам, которые связаны с организацией учёта, с оформлением договоров, расчётом и оценкой финансовых показателей компании. Чтобы экономический субъект своевременно реагировал на изменения внутренней и внешней среды, мог стабилизировать и укреплять свои позиции на рынке и достигал наивысшего уровня прибыли, необходимо соблюдать правильное сочетание всех слагаемых контроля, контроллинга и управленческого учёта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гузов Ю.Н., Пересторонина Л.Г., Стрельникова О.В. Теоретические основы аудита системы внутреннего контроля // Аудиторские ведомости. - 2015. - N 12. - С. 15 - 25.

2.Иванов О.Б., Лаврова Т.В. Роль внутреннего аудита в обеспечении эффективного функционирования системы управления рисками компании // Аудиторские ведомости. - 2014. - N 10. - С. 61 - 72.

3.Никольская Ю.П. Некоторые проблемы современного финансового контроля // Финансы. - 2015. - N 9. - С. 46 - 52.

4. Никольская Ю.П. Некоторые проблемы современного финансового контроля // Финансы. - 2015. - N 9. - С. 46 - 52.

5. Остренко Е.В. Система внутреннего контроля как инструмент повышения достоверности финансовой отчетности // Бухгалтерский учет. - 2016. - N 1. - С. 87 – 91

6..Перечень терминов и определений, используемых в правилах (стандартах) аудиторской деятельности (утв. Комиссией по аудиторской деятельности при Президенте РФ). [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.consultant.ru.

7.Резниченко С.М. Современные системы внутреннего контроля: учебное пособие / С.М. Резниченко, М.Ф. Сафонова, О.И. Швырева – Ростов н/Д. ФЕНИКС- Ростов н/Д, 2016. – 13 с.

ИНТЕРНЕТ, КАК СРЕДСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ КУЛЬТУРНОГО ПРОДУКТА

Жарикова А.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Интернет вносит кардинальные изменения абсолютно во все сферы его жизни: учёбу, работу, быт, досуг. Интернет становится всё более значимым фактором изменений и развития всех сфер общества. В настоящее время из 7 млрд. населения Земли число пользователей Интернета составляет около 4,1 млрд. Анализ статистики Интернета в частности по России показывает, что за последние годы наблюдается устойчивая динамика увеличения количества пользователей Интернета. Рост числа пользователей отмечается, прежде всего, в аудитории социальных сетей. В 2020 году количество людей на самых популярных социальных площадках увеличивалось ежедневно на почти 1 миллион новых пользователей [1].

Процессы цифровизации все больше затрагивают различные сферы нашей жизни. Современная аудитория, особенно молодежь, ориентирована на интерактивный и более персонализированный контент, и это меняет подходы к восприятию произведений искусства и способы их представления. Цифровизация затрагивает все сферы нашей жизни. Учреждения культуры не стоят в стороне и демонстрируют готовность к внедрению современных технологий. Они играют важную роль в обеспечении функционирования музеев, в их научной деятельности и, несомненно, в подходах к работе с посетителями, в том числе дистанционно [2].

Распространение интернет-технологий в сфере культуры привело к радикальному и качественному изменению ее содержания, возможностей по созданию, сохранению и распространению качественно новых, а также уже существующих культурных продуктов и услуг. Сегодня Интернет предоставляет индивиду возможность не только повышать свой общеобразовательный и профессиональный уровень, не только развлекаться, следуя своим склонностям и

имеющимся культурным потребностям, но и иметь доступ к массивам информации, которые в недавнем прошлом для него были закрыты: следить за событиями международной и культурной жизни, создавать вместе с другими пользователями культурные ценности, литературные и музыкальные произведения, устраивать выставки, проводить презентации, активно участвовать в социально-культурной деятельности. Так, благодаря Интернету возникла «сетевая литература», «сетевое изобразительное искусство», виртуальные библиотеки, музеи, картинные галереи, дискуссионные клубы, электронные магазины, различные музыкальные площадки. Все большее число людей приобщаются к мировой культуре, знакомятся с шедеврами мировой цивилизации, уникальными памятниками древнего искусства.

В нашем исследовании была поставлена цель – статистическими методами исследовать возможности интернета как средства поставки молодежного культурного продукта. В соответствии с целью в исследовании рассмотрены предпочтения респондентов в отношении: используемых интернет-платформ; новых исполнителей; просмотра фильмов; чтения литературы; просмотра театральных спектаклей и концертов; посещения специализированных искусствоведческих сайтов.

Данные собирались с помощью online анкетирования. Опрос проводился анонимно. Большинство опрошенных принадлежат к возрастной категории до 17 до 19 лет (53.1%), 145 опрошенных- от 20 до 24 лет (37.2%), остальные опрошенные (9.7%) принадлежат к возрастной категории от 14 до 16 лет, от 24 и более. Респондентами стали студенты вузов ННГУ им. Лобачевского, Мининского университета, и других, специальностей «Экономика», «Менеджмент», «Управление персоналом» и других. В опросе приняло участие всего 390 респондентов. Из них 66.4% -женщины, 33.6% -мужчины. Возрастом от 14 до 40 лет.

Оказалось, что самая используемая платформа для прослушивания музыки это BOOM/Вконтакте, на втором месте-Яндекс. Музыка, на третьем-Spotify. Молодёжь для прослушивания музыки использует исключительно интернет.

Большинство респондентов узнают о новых песнях через рекомендации и новинки музыкальной площадки. Данный опрос показал, что распространение такого культурного продукта, как музыка, во многом зависит и от самих музыкальных площадок.

В вопросе «Знают ли респонденты таких артистов?» в качестве подсказок приводились имена молодых артистов, которые ещё не известны большому кругу населения, но уже прославились с помощью интернета, с целью узнать насколько молодёжь интересуется новинками в музыке. Большинство респондентов не знает таких артистов, но этого и следовало ожидать, они только начинают взбираться на этот путь. Среди опрошенных самой известной стала Mary Gu (18%). Она стала известна не так давно, именно благодаря интернету. В своём личном аккаунте она размещала кавер-версии на известные песни, собственные стихи, а со временем и свои собственные песни и таким образом набирала аудиторию и привлекала к себе внимание. Можно с уверенность сказать, что интернет помогает развиваться артистам самим, без каких-либо дополнительных компаний-помощников, напрямую работать со слушателем.

Большая часть молодёжи не имеет платных подписок на онлайн-кинотеатры, предпочитает не тратить деньги на подписки, вероятно из-за того, что не имеют большого заработка. Для молодёжи выгоднее сначала потратить время для поиска нужного фильма в бесплатном формате и затем посмотреть рекламу, но не переплачивать лишние деньги. Вероятнее всего, более взрослая часть населения, выбрали бы вариант переплатить.

Значительная часть респондентов предпочитает читать литературу в печатном издании. Интернет не является основным источником распространения литературы и поэзии. В то же время есть молодые люди (32%), которые читают книги онлайн. Данный опрос показал, что большая часть опрошенных использует сервис LitRes, MyBook и iBooks.

В большинстве случаев на начальном этапе молодые писатели не могут себе позволить выпустить книгу в печатном издании, ведь это очень дорого. И именно

эти площадки становятся шансом для них показать своё творчество, найти свою аудиторию, что в дальнейшем поможет им выпускать книги в печатном формате.

Большая часть опрошенных предпочитает домашний просмотр фильмов. Молодёжь предпочитает экономить время и деньги, поэтому им легче посмотреть фильм дома без лишних затрат на покупку билетов и проезда.

Значительная часть респондентов предпочли бы сходить в театр, нежели посмотреть выступление дома. Интернет не является основным источником распространения театральной культуры.

Несмотря на пандемию и ограничения по передвижению по городу, молодёжь не стала уделять больше времени просмотру фильмов и сериалов.

В то же время в результате пандемии интернет-концерты стали пользоваться спросом. Конечно, они не заменят живых концертов, но это означает, что и в кризисных ситуациях эта сфера может найти выход и также распространять свой музыкальный продукт.

Молодёжи в большинстве иногда интересно понаблюдать за развитием искусства в интернете, но также большой процент молодёжи (37%) совсем не интересует эта сфера. Можно сделать вывод, что интернет не пользуется большой популярностью в рамках распространения продукта искусства.

Проведя опрос, мы решили посмотреть, были ли подобные исследования или иная статистика по схожей теме с нашей. И проведя анализ данных мы выяснили, что полученные результаты отвечают общероссийским и мировым трендам.

Из отчёта о состоянии цифровой сферы Digital 2020, который каждый год готовят We Are Social и Hootsuite, можно говорить о том, что в России 51% времени люди тратят на прослушивание музыки, 74%- на просмотр фильмов и видео. GlobalWebIndex сообщает, что каждый месяц онлайн-видео сегодня смотрят 90% интернет-пользователей в возрасте от 16 до 64 лет, что, если применить эти цифры к общему количеству пользователей интернета в мире, составило бы больше половины мирового населения. По свежим данным GlobalWebIndex, две трети интернет-пользователей в возрасте от 16 до 64 лет сегодня смотрят ТВ-шоу и фильмы в сервисах по подписке (например, таких как Netflix) [1]. Команда сайта

Flixed провела исследование о том, кто и почему выбирает просмотр фильмов дома или в кинотеатрах. 65% опрошенных предпочитают смотреть фильмы дома, 29% — в кинотеатрах, еще 6% остались нейтральными. Статистика не меняется в зависимости от поколения — от 61% до 73% предпочитают домашние кинопросмотры. Любопытно, что респонденты, как минимум раз в месяц посещающие кинотеатр, тоже предпочитают смотреть кино дома: 50% против 42% за кинотеатры. Любопытно, что респонденты, как минимум раз в месяц посещающие кинотеатр, тоже предпочитают смотреть кино:

Комфорт и уют — 68%

Дорогая еда и напитки в кинотеатрах — 48%

Возможность управления просмотром (пауза, перемотка, уровень громкости) — 39%

Дорогие билеты в кинотеатрах — 38%

Другие зрители мешают просмотру — 26%

Нехватка времени — 15%

Нет необходимости искать няню — 13%

Кинотеатры показывают много рекламы — 8%

Фильмы в кинотеатрах стали хуже качеством — 8%

Трудно найти парковку у кинотеатра — 6% [3].

"Дайте мне точку опоры, и я переверну мир". Это слова греческого философа Архимеда. Можно провести параллель между этим высказыванием и значением Интернета в настоящее время. Предположить, что Интернет - это та точка опоры, которая сможет перевернуть мир культуры. По своей значимости на культуру и искусство феномен Интернет имеет очень большое значение. И с этим действительно трудно не согласиться.

И подводя итог по проведенной работе можно сделать вывод, что интернет является каналом для продвижения своего творчества. Многие знаменитости прославились именно через сеть интернет.

Интернет - способ распространения в большинстве случаев массовой культуры. Элитарная культура (чтение печатных книг, поход в театр) распространена не в

просторах интернета. Чтобы прочувствовать весь смысл произведения люди склонны «лицом к лицу» столкнуться с просмотром пьесы или прочтением книг.

В тоже время, интернет - удобная платформа, доступная для всех. весьма проста в аспекте технической стороны. Интернет удобен для размещения, распространения, обсуждения и критики, и коллективных созданий, - это то место, куда рано или поздно переместиться вся культура, искусство и творчество

Что касается киноиндустрии, в ней намечаются не очень благоприятные тенденции. Молодёжь в большинстве своём предпочитает смотреть кино бесплатно в интернете. Но для самих авторов это достаточно плохо, так как они не зарабатывают деньги, которые обычно получали, например, от выручки в кинотеатрах или от платных сервисов, на которых они доступны. Таким образом, компании терпят огромные убытки от “пиратства” и уже не могут производить следующие продукты на высшем уровне. Таким образом, люди делают плохо не только издателям, но и себе в будущем.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. SIMON KEMP. DATAREPORTAL /DIGITAL 2020: GLOBAL DIGITAL OVERVIEW.// 30.01.2020. URL: https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview (дата обращения: 25.11.2020).
2. TADVISER/ Цифровизация в сфере культуры и искусства, 2020.03.19 .URL: Цифровизация в сфере культуры и искусства (tadviser.ru) (дата обращения: 25.11.2020).
3. Варанов А.С. ТК новости/ Пойти в кино или посмотреть дома: исследование в цифрах, 08.11.2019, URL: https://tk.media/analytics/poyti-v-kino-ili-posmotret-doma-issledovanie-v-tsifrah-2019-11-07 (дата обращения: 25.11.2020).

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ КОМПАНИИ С УЧЕТОМ КОЭФФИЦИЕНТНОГО АНАЛИЗА

Жерихова Н.С

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В наше время экономическая ситуация регулярно меняется и рынок не отличается стабильностью и постоянством, поэтому любая компания от самой маленькой до огромного концерна должна проводить анализ своих показателей, изучив который можно будет понять, насколько эффективно работает организация ,в каком секторе у нее нет проблем и где они есть и при необходимости принять меры и определенные стратегии для их улучшения. Финансовое состояние компании зависит от множества факторов: от вида деятельности , от масштаба ,потенциала ,от экономической ситуации в стране и в мире и тд.

В каждой организации каждый день совершаются различные хозяйственные операции, которые приводят к изменениям в балансе предприятия .Вся деятельность буквально пронизана денежными потоками и именно их анализ поможет выяснить финансовое состояние компании .Для начала выясним ,что же такое денежные потоки. Под денежными потоками понимают оцененное в денежной форме движение любых элементов имущества организации и любых источников его формирования. Они представляют собой непрерывающийся поток денежных средств в форме их поступления и расходования. Они напрямую связаны с капиталом так как во-первых направления денег и их объем определяются структурой капитала ,а во-вторых денежные потоки обеспечивают функционирование и деятельность организации. Денежные потоки - это один из важных показателей для оценки финансового состояния организации. Они отражаются в такой форме бухгалтерской отчетности которая называется "Отчет о движении денежных средств" . Данная форма применяется на

основании приказа Минфина России от 02.07.2010 N 66н.[1] Отчет отражает денежные потоки организации за отчетный период , а так же начальное и конечное сальдо. Из его анализа можно выяснить на что тратились и откуда приходили денежные средства. В данном отчете денежные потоки можно разделить на 3 группы: от текущей деятельности , от инвестиционной и от финансовой. К первой группе относят денежные потоки по продажи продукции, товаров, расчеты по обязательствам перед поставщиками и подрядчиками, а так же по выплате заработной платы. Во второй отражаются денежные потоки, которые связаны с поступлением и выбытием внеоборотных средств предприятия. Третья группа отражает долевое финансирование от собственников, а так же выплаты по заемным средствам. К ним относятся сумма выплаченных дивидендов, различные выплаты, связанные с капиталом собственников и др. В России чаще всего используется прямой метод составления "Отчета о движении денежных средств". Это говорит о том, что любые поступления и платежи берутся без каких-либо корректировок. То есть это честные денежные потоки: сколько компания получила или заплатила — столько и пошло в отчет. Затем по каждому направлению деятельности выводится сальдо денежных потоков, складывается с остатком денег на начало периода и определяется остаток денег на конец периода.[6]

Из этого можно сделать вывод ,что один из самых действенных инструментов ,который помогает организации выполнить ее самые главные цели, такие как достижение максимальной прибыли , повышение конкурентоспособности ,избежание банкротства ,повышение ее рыночной стоимости, является эффективное управление ее денежными потоками ,которые входят в состав общей системы управления финансовой деятельностью предприятия.

Задачей системы управления денежными потоками является обеспечение своевременного исполнения краткосрочных и стратегических планов предприятия за счет рационального использования активов

предприятия и источников их формирования ,а так же сведения к минимуму затрат на хозяйственную деятельность. Одними из главных условий успеха компании являются правильное планирование и обеспечение контроля за ее финансовой деятельностью, поэтому сравнение достигнутых и запланированных показателей ,оценка выполнения плана и степень отклонения от него , дают информацию менеджеру по финансам информацию об эффективности их управления на определенный период. Далее ,управление денежными потоками компании помогает проанализировать отклонения фактических данных по движению денежных средств на основе ежемесячных отчетов .Выявление причин отклонений ,прогноз их последствий ,их влияние на финансовое состояние являются критериями качества управления денежным потоком. Таким образом эффективное управление денежными потоками должно привести к выполнению следующих задач:

— обеспечение баланса траты и получения денежных средств;

— предоставление возможности свободно совершать операции с финансовыми ресурсами;

— повышение уровня финансового потенциала;

— способствование продолжать работу при выявлении отдельных отклонений без потерь, т.е повышение производственной и финансовой гибкости;

—поддержание стабильной платежеспособности и деловой активности;

Оценить эффективность управления денежными потоками можно тремя способами:

— с точки зрения достижения конкретной экономической эффективности;

— с точки зрения достижения определенных организацией задач;

— оценка функционирования управляемого объекта;

Первый подход не позволяет с точностью оценить эффективность управления, так как иногда сложно определить затраты на управление денежными потоками.

Второй подход в свою очередь отражает организационную эффективность управления, то есть помогает определить качественную работу организационной структуры и ее инструментов управления, с помощью которых достигается поставленная цель.

Третий подход управления считается эффективным ,если денежные потоки определяют устойчивое развитие организации.

При всем этом необходимо понимать ,что оценка эффективного управления на основе одного из показателей не будет возможной , поэтому необходимо применять систему количественных критериев , благодаря которой будет возможным оценка не только эффективности управления денежными потоками , но и оценка работы организации в целом. Одними из таких критериев являются финансовые коэффициенты.

Финансовые коэффициенты — один из самых применяемых инструментов финансового анализа, который позволяет быстро оценить состояния компании по множеству разных показателей. Финансовый анализ, в нашем случае коэффициентный, обычно ставит за основу для анализа "Отчет о прибылях и убытках" и сам бухгалтерский баланс, но как показывает практика не всегда данные документы могут дать достоверный результат о состоянии предприятия .Это связано с тем ,что такие показатели как выручка и прибыль имеют некоторые искажения ,так как некоторые организации не всегда предоставляют достоверную информацию, а точнее, пытаются различными способами управлять этими показателями в различных целях. Для получения более достоверного анализа финансового состояния компании с помощью ряда показателей и коэффициентов нужно воспользоваться данными из «Отчета о движении денежных средств».

Еще в 1993 г. Дон Гиакомино и Девид Милке в своей статье " Денежные потоки: еще один подход к коэффициентному

анализу"(Cash Flow Another Approach to Ratio Analysis), говорили о том ,что коэффициенты, основанные на движении денежных средств, полезны для оценки финансовой устойчивости и прибыльности компании. Относительная оценка эффективности является одним из важных видов использования коэффициентов движения денежных средств, которые можно рассматривать с точки зрения достаточности и эффективности. Достаточность описывает возможность денежных потоков удовлетворить потребности компании; эффективность описывает, насколько хорошо компания генерирует денежные потоки по отношению как к другим периодам, так и к другим компаниям.[2] В своей статье они предложили некоторые коэффициенты, основанные на движении денежных средств, которые могут быть использованы для оценки эффективности деятельности организации. Большинство исследований показывает ценность данных о движении денежных средств. Это особенно верно при прогнозировании банкротства и финансовых трудностей.

Денежные коэффициенты основываются на фактических данных наличия у компании денежных средств, поэтому чтобы оценить платежеспособность организации нужно оперировать денежными потоками. Целесообразность применения данных коэффициентов также обусловлена тем, что все хозяйственные операции предприятия отражаются в движении денежных средств ,но вместе с этим там отражается и неравномерность выплат и поступлений. Все это помогает ответить на вопросы : что является основными источниками притока денежных средств, а также направлений их оттока, какова динамика годового изменения остатка денежных средств с точки зрения отдельных видов деятельности.

Теперь рассмотрим основные коэффициенты ,которые помогут определить финансовое состояние компании с учетом эффективности управления денежными потоками:

1. Коэффициент эффективности денежного потока —отражает эффективность использования средств предприятия , то есть дает оценку

управления расчетными операциями и уровня обеспеченности денежными средствами.

$$\text{Кэдп} = \frac{\text{Сумма чистого денежного потока}}{\text{Отрицательный денежный поток}}$$

,где чистый денежный поток это сальдо общих поступлений и платежей, либо показатель чистой прибыли.

2. Коэффициент достаточности чистого денежного потока— непосредственно измеряет способность компании генерировать денежные средства, достаточные для оплаты своих долгов ,распределения (дивидендов) между собственниками и финансирования возникающих потребностей. Значение 1 и больше в течение нескольких лет свидетельствует об удовлетворительной способности покрыть основные потребности за счет собственных средств.

$$\text{Кдчдп} = \frac{\text{Чистый денежный поток}}{\text{Общая сумма основного долга}}$$

,где общая сумма основного долга — это сумма краткосрочных и долгосрочных заемных средств, а так же прироста остатков запасов и выплаченных владельцам компании дивидендов.

3. Коэффициент реинвестирования денежного потока —показывает способность предприятия осуществлять инвестиции и долгосрочные финансовые вложения в определенном периоде за счет собственных средств .Так же данный показатель значим и для инвесторов.

$$\text{Клдп} = \frac{\text{Чистый денежный поток} - \text{Выплаченные дивиденды}}{\text{Прирост основного капитала}}$$

4.Коэффициент ликвидности денежного потока

$$\text{Клдп} = \frac{\text{Общая сумма поступлений}}{\text{Общая сумма платежей}}$$

Значение данного коэффициента должно быть не меньше единицы, для того чтобы обеспечить ликвидность потока. Рост показателя будет способствовать повышению значения общей платежеспособности предприятия.

5.Коэффициент рентабельности положительного денежного потока—отражает долю чистой прибыли в совокупности всех поступлений .

$$\text{Крпдп} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Сумма положительного денежного потока}}$$

Для расчета коэффициентов рентабельности денежных потоков можно пользоваться и другими данными.Например, вместо чистой прибыли можно поставить прибыль от продаж или прибыль до уплаты налогов, вместо положительного потока можно использовать отрицательный.

6.Коэффициент обеспеченности денежными средствами—определяет срок ,в течение которого организация может вести свою деятельность без дополнительного притока денежных средств. Другими словами отражает реальную платежеспособность.

$$\text{Кодс} = \frac{\text{Остаток денежных средств на начало периода} + \text{Положительный денежный поток}}{\text{Отрицательный денежный поток}}$$

Если результат меньше 1 ,то это значит ,что у компании плохой показатель платежеспособности и имеющихся у нее средств недостаточно для покрытия средств расходования за период.

7.Коэффициент потребления денежных средств- отражает сумму оттока на 1 рубль притока.

$$\text{Кпдс} = \frac{\text{Сумма отрицательного денежного потока за период}}{\text{Сумма положительного денежного потока за период}}$$

Рост коэффициента потребления денежных средств может быть негативной тенденцией, если он вызван увеличением оттока денежных средств по текущей деятельности.

Так же существуют показатели, которые отражают синхронизацию поступлений и платежей между собой. Эта взаимосвязь определяется на основе коэффициента корреляции ,который отражает взаимосвязь двух или более величин, и равномерности .Рассмотрим эти показатели:

1. Коэффициент корреляции положительных и отрицательных денежных потоков ($К^{ДП}_{к}$).

Данный коэффициент можно вычислить при помощи специальной программы, либо воспользоваться Excel.Если значение коэффициента приближено к 1,то разброс между поступлениями и оттоками незначительный ,следовательно ,возникновение неплатежеспособности сводится к нулю, а так же и уменьшается риск избыточности денежных средств, которая отражает упущенные компанией возможности. Соответственно ,финансовое состояние организации будет стабильным ,если критерий эффективности управления ,который показывает отклонение денежного притока и оттока, стремится к минимуму.

2. Коэффициент равномерности денежных потоков ($КР_{ДП}$).

Значение коэффициента равномерности рассчитывается по формуле:

$КР_{ДП} = 1 - \frac{\partial}{\bar{x}}$,

где ∂-среднеквадратическое отклонение фактических значений показателя от их среднеарифметического значения

$\bar{x}$-среднеарифметическое значение фактических показателей совокупности данных.

Чем больше значение коэффициента равномерности, тем более равномерно поступают (или расходуются) денежные средства за определенный период, тем меньший остаток денежного капитала требуется хранить в виде ликвидной наличности. В этом случае критерием эффективности будет выступать приведение показателя к максимуму. [4]

Таким образом можно сделать вывод, что денежные потоки являются важнейшим ,самостоятельным объектом для анализа финансового состояния компании, так как выполняют ряд значимых функций. Они обеспечивают финансовое равновесие компании ,служат рычагом для ускорения оборота капитала, сокращают потребность в кредитах и займах и тд. Все это будет выполняться при эффективном управлении денежными потоками, поэтому необходимо грамотно подходить к анализу "Отчета о движении денежных средств".В дополнение к этому сопоставление коэффициентного анализа денежных потоков с традиционными показателями даст более достоверную картину о финансовом состоянии предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Отчет о движении денежных средств (ОКУД 0710005) [Электронный ресурс].- URL:http://www.consultant.ru

2. Giacomino, Don E.; Mielke, David E. cash flow another approach to ratio analysis/ Journal of Accountancy/1993 /[Электронный ресурс].- URL:https://www.questia.com

3. Зайко А.Г. Коэффициентный анализ денежных потоков предприятия энергетического машиностроения // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 9, №2 (2017)/ [Электронный ресурс].-URL:http://naukovedenie.ru

4. Муравьева Н.Н. Критерии эффективности управления денежными потоками в коммерческих организациях // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2015. — №5. — С. 21-24. /[Электронный ресурс].- URL:http://economyandbusiness.ru
5. Хромых Н. А., канд. экон. Наук/Анализ и контроль:отчет о движении денежных средств//журнал «Планово-экономический отдел» № 12, 2013./ [Электронный ресурс].- URL:https://www.profiz.ru
6. Отчет о движении денежных средств/19.08.2020//[Электронный ресурс].- URL:https://zen.yandex.ru
7. Показатели эффективности денежных потоков//[Электронный ресурс].- URL:https://bstudy.net
8. Порядок составления отчета о движении денежных средств: инструкция к применению//29.06.2019//[Электронный ресурс].-URL:https://rdv-it.ru

ВЛИЯНИЕ ДИСТАНЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА КАЧЕСТВО ОБУЧЕНИЯ И ЖИЗНИ СТУДЕНТОВ

Жероспаева А.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В наше время все большую популярность набирает дистанционный формат обучения. Дистанционное обучение — это форма получения образования с применением информационных технологий. Это связано в первую очередь с информатизацией общества. С постоянно развивающимися технологиями меняется система образования. И заочное обучение является неотъемлемой ее частью. Сейчас, имея минимум техники, можно получить любую профессию, обучаясь дистанционно. Такой вариант обучения является прекрасной возможностью для тех, кто хочет получить образование за границей или совместить учебу с работой. В 2020 году виртуальная система образования стала еще более актуальна. В связи с пандемией всем образовательным учреждениям пришлось перейти на дистанционное обучение. Из-за недостаточного опыта работы в таком формате множество

обучающихся и преподавателей столкнулись с некоторыми проблемами данной системы обучения.

В настоящее время существуют научные работы, посвященные данной проблеме. В серии книг под редакцией А.Ю. Уварова, И.Д. Фрумина рассмотрены направления использовании цифровых технологий в образовании, трудности и перспективы его цифровой трансформации, тенденции в области цифровых технологий и образовательного процесса. В приложении приведен обзор международного опыта цифровой трансформации образовательной системы таких стран как Финляндия, Республика Корея, республика Сингапур [1].

В статье Т.И. Чинаевой проведено сопоставление и сравнение таких понятий, как цифровизация, цифровая трансформация, цифровая экономика, выявлены существенные их отличия и особенности, затрагиваются показатели оценки цифровизации экономики разных стран, что позволяет более объективно оценить уровень приобщения к «цифре» в разных регионах мира [2].

М.Ю. Михайлина, Е.П. Федотова проанализировали нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность образовательных организаций по обеспечению проекта «Цифровая образовательная среда», раскрыли социально-психологические особенности молодого поколения, влияния на них дистанционного обучения [3].

В данном исследовании поставлена цель – статистическими методами определить влияние цифровых технологий на качество жизни и обучения студентов. В соответствии с целью в исследовании рассмотрены следующие вопросы: устройства, используемые для дистанционного обучения; отношение студентов к дистанционному образованию; положительные моменты и недостатки дистанционного образования; влияние дистанционного образования на физическую форму и общение с друзьями; возможность полной замены традиционных форм обучения дистанционными.

Сбор данных проводился в форме анкетирования, в котором участвовали 77 респондентов. Собранные данные относятся к 14.11.2020.

От общего числа опрошенных большую часть составляют женщины – 60 человек, что составило 77,9% от общего числа опрошенных, мужчин – 17 человек, 22,1% соответственно. Наибольшая доля опрошенных относится к возрастной группе 18 лет – 20 человек (26,0%), на втором месте возрастная группа 19 лет – 18 человек (23,4%), на третьем месте респонденты возраста 20 лет – 13 человек (16,9%). Четвертое, пятое и шестое места заняли возрастные группы 22 лет – 6 человек (7,8%), 27 лет – 5 человек (6,5%), 17 лет – 4 человека (5,2%) соответственно. Седьмое место разделили группы возрастом 21 и 25 лет (3,9%), восьмое место разделили 5 возрастных групп:23 и 31-34 года (1,3%).

По результатам анкетирования мы получили следующие результаты об устройствах, на которых реализуется дистанционное обучение. Наиболее популярной у молодежи техникой оказались компьютер (96,1%) и смартфон (92,2%). Также многие отметили необходимость в наушниках (77,9%), микрофоне (68,8%), камере (57,1%) и принтере (46,8%). Наименьшее число опрошенных отметили ксерокс (1,3%). Таким образом, можно сделать вывод о высокой значимости среди студентов такой техники, как компьютер и смартфон, что, бесспорно, связано с наличием экранов и доступа к сети Интернет на данных устройствах.

Второй вопрос, рассмотренный в исследовании – отношение студентов к дистанционному обучению в части усвоения нового материала. Большинство респондентов (40,3%) дали ответ о значительном ухудшении понимания материала, при этом 3,9% студентов сказали, что «совсем перестал(а) усваивать и понимать материал». Чуть меньше опрошенных (37,7%) отметили незначительные изменения и прокомментировали, что «материал усваивался также, как и при традиционной форме обучения». Можно сделать вывод о значительном ухудшении качества знаний у большей части опрошенных, по мнению студентов.

Общения с преподавателями студентам вполне хватало (66,2% респондентов), однако 26% опрошенных респондентов высказались о нехватке общения с преподавателями. Меньшая доля опрошенных (7,8%) ответила: «Стало больше, чем хотелось бы». Таким образом, наибольшему числу опрошенных (74,0%) общения хватало или стало больше, чем при очном формате обучения. Скорее всего это связано с активным общением студентов и преподавателей, не только на дистанционных парах в ZOOMe, но и в сети Интернет с помощью платформ e-learning, MOOC. Также стоит отметить возможность студентов задать преподавателю интересующий вопрос по электронной почте в удобное для них время.

К положительным моментам дистанционного обучения, студенты отнесли: экономию времени и расходов на транспорт (92,2% респондентов); возможность прослушивать лекции в пижаме на диване (68,8%) или перекусить между занятиями (55,8%). Значительную долю опрошенных (37,7%) порадовало наличие презентаций на всех лекциях. Некоторым респондентам (26%) легче сконцентрироваться при дистанционном формате.

В то же время для большинство анкетируемых (68,8%) оказалось неудобным ограничение конференции по времени и необходимость переподключения к ZOOM. Более половины опрошенных (53,3%) отметили нестабильное интернет-соединение у некоторых преподавателей, и около трети респондентов (30%) указали плохое качество видео/звука, которые также могут быть следствием нестабильного Интернета. Однако нашлись студенты, не нашедшие недостатков в дистанционном обучении – они составили около 17% участников анкетирования. На вопрос о недостатках многие участники давали довольно интересные ответы, например: «нет "коннекта" с преподавателем и однокурсниками», «кажется, что полноценной системы организации и нет, в зачатке», «не все преподаватели уверенно владеют компьютером и сервисами», «преподаватели много диктовали». На каждый такой ответ приходится по 1,3%.

Ответы на вопрос о недостатках дистанционного обучения содержали в себе достаточно много критики, поэтому стоило разобраться с причинами, которые привели к такому недовольству. На вопрос «Какие причины мешали учебному процессу?» наибольшее число опрошенных (62,3%) вновь отметили техническую сторону обучения: неполадки с техникой/интернет - соединением (пропадал звук, видео). Чуть меньше половины респондентов (48,1%) поделились, что их расслабляла домашняя обстановка, но при этом многих (32,5%) отвлекали шум/посторонние звуки дома. Некоторые студенты (28,6%) указали: «Учеба в университете мотивировала к получению знаний». Примечательно, что нехватка необходимой для учебы техники проявилась всего у 5% опрошенных, однако не стоит игнорировать этот факт. На данный вопрос многие анкетируемые также давали развернутые, интересные ответы: «не всегда была возможность задать вопрос по не усвоившейся теме», «невысокая степень внутренней организации», «ничего не мешало учебному процессу». И даже такие: «Дистанционное обучение – это лучшее, что со мной было за время обучения. Правда. Мне очень понравилось. Я успевала и учиться, и готовить, следить за домом, самообразовываться, появились новые хобби, стала высыпаться и наслаждаться жизнью!». Ответы весьма разные, каждый из респондентов выделил свои плюсы и минусы дистанционного обучения, кто-то нашел в нем много недочетов, а кто-то искренне радовался возможности учится в стенах дома.

На физическую форму как элемента качества жизни большей части респондентов (56%) дистанционное обучение никак не повлияло. При этом 35% участников анкетирования утверждают, что их физическая форма ухудшилась. Лишь 9% опрошенных отметили положительное влияние дистанционного обучения на их физическую форму.

Во время дистанционного обучения 53% участников анкетирования вполне хватало общения с друзьями. Однако немалая часть респондентов отметила, что им не хватало общения с друзьями (42%). Меньшую долю опрошенных

(5%) составляют те, кто считает, что общения стало больше, чем хотелось бы.

Один из ключевых вопросов анкетирования - вопрос о желании участников опроса продолжать обучаться дистанционно. Чуть более четверти опрошенных (27%) находят дистанционное обучение намного удобнее и хотят продолжать обучаться в таком формате. Также 23% респондентов предпочитают дистанционное обучение очному и скорее всего выбрали бы именно этот вариант образования. Примерно такая же часть участников (21%) отметили, что скорее всего они бы не хотели продолжать обучаться в дистанционном формате. Такую же долю в 21% составляют респонденты, которые хотели бы обучаться в очно - дистанционном формате: лекции - дистанционно, семинары - очно. Лишь 8% опрошенных отмечают, что не хотели бы продолжать учиться в дистанционном формате, потому что находят это сложным.

Наибольшая доля опрошенных (74%) считает, что дистанционное обучение не может заменить очный формат, аргументируя это следующим образом: «Некоторый материал усваивается хуже, если изучать его самостоятельно», «Нет ничего лучше, чем живое общение», «В домашней обстановке снижена мотивация к запоминанию». Однако 26% отметили, что дистанционный формат обучения может вытеснить занятия в аудиториях, и привели следующие аргументы: «Такой формат удобнее для иностранных студентов», «Материал ВУЗа легко адаптируется под дистанционный формат».

Обобщая полученные результаты, можно с уверенностью сказать, что студентов, по мнению которых, дистанционное обучение не сможет полностью заменить обучение в аудитории намного больше, чем студентов, для которых новый формат оказался более удобным. Таким образом, каждый из анкетируемых нашел в дистанционном обучении свои преимущества и недостатки, для кого-то намного удобнее работать из дома, а кому-то не хватало живого общения с друзьями и преподавателями (рис. 1).

Рисунок - 1. Аргументы студентов к вопросу «Может ли дистанционное обучение полностью заменить обучение в аудитории?».

В заключение отметим, что стремительно развивающиеся процессы становления цифровой экономики, влияют на различные сферы человеческой жизнедеятельности в современном обществе, неизбежно меняя образовательную среду. Анализируя данные, можно сделать вывод: участники образовательного процесса все больше поддерживают тенденцию внедрения IT - технологий и электронных образовательных курсов в систему образования. К сожалению, на данном этапе дистанционный формат обучения является относительно новой формой работы с предметами и дисциплинами, поэтому наряду с преимуществами онлайн - обучения обучающимся и преподавателям приходится сталкиваться с некоторыми проблемами. Исходя из этого, можно сказать, что наиболее перспективен вариант интеграции очного и дистанционного формата обучения. Однако очень важно тщательно подойти к разработке основ данного вида образования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Уваров А.Ю., Гейбл Э., Дворецкая И.В. [и др.]; под редакцией Уварова А.Ю., Фрумина И.Д. Трудности и перспективы цифровой трансформации образования // Издательский дом Высшей шк. экономики, М., 2019. URL: https://ioe.hse.ru/data/2019/07/01/1492988034/Cifra_text.pdf
2. Чинаева Т.И. Влияние цифровизации на процессы трансформации системы высшего образования» // Изд-во: Финансовый университет при Правительстве РФ, М., 2020 г. URL: file:///C:/Users/User/Downloads/vliyanie-tsifrovizatsii-na-protsessy-transformatsii-sistemy-vysshego-obrazovaniya%20(1).pdf
3. Михайлина М. Ю, Федотова Е.П. Цифровизация образования: опыт, проблемы и риски // ГАУ ДПО «СОИРО» Методические рекомендации, Саратов, 2020 г. URL: https://soiro.ru/sites/default/files/2020/cifrovizaciya_obrazovaniya_-_opyt_problemy_i_riski_distancionnogo_obucheniya.pdf

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В УСЛОВИЯХ БУХГАЛТЕРСКОГО АУТСОРСИНГА

Жолдошова Д.Ш.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Популярность аутсорсинга российских предприятий можно объяснить несколькими причинами. Во-первых, это достаточно развитый процесс среди западных компаний. В соответствии с результатами международного исследования бизнеса Грант Торнтон 40% предприятий среднего и 43% крупного бизнеса на глобальном уровне в настоящее время используют или планируют использовать услуги аутсорсинга [2]. Во-вторых, многие отечественные фирмы обращают внимание на повышение эффективности деятельности, повышение качества и оптимизацию затрат компании в целом.

Аутсорсинг бухгалтерского учета в условиях повышенных требований к точности и актуальности финансовых сведений, выступает в качестве стержня для повышения эффективности бухгалтерского, налогового и управленческого учета, а также его стандартизации и централизации.

В силу активной интеграции в систему международных экономических отношений использование услуг независимой финансовой компании для ведения бухгалтерского учета выступает, своего рода, гарантией прозрачности финансовой системы, что является, в свою очередь, дополнительным аргументом в пользу формирования соответствующего имиджа и репутации предприятия у иностранных и отечественных партнеров и инвесторов. Однако есть определенные риски и временной лаг между получением услуги и оценкой качества ее предоставления.

Анализ риска потери контроля со стороны заказчика должен быть разработан и настроен как для учета «собственных» совершаемых фактов хозяйственной жизни, так и для оказываемых видов операций в рамках аутсорсинга. Последний должен учитывать систему внутреннего контроля организации заказчика.

Актуальность перехода на аутсорсинг в наше время определяется возможностью в условиях усилившейся конкуренции, нестабильности рынков развивать бизнес, максимально концентрируя свои усилия именно на профильной деятельности организации. Вопросы развития аутсорсинга нашли отражение в работах многих российских ученых, например таких, как Б.А. Аникин, Л.А. Василенко, В.С. Витко, Д.А. Елшанская, А.Л. Зубанов, А.Х. Курбанов, В.А. Плотников, В.В. Синяев и др. Однако далеко не все вопросы аутсорсинга оказались исследованными.

Аутсорсинг (outsourcing) буквально трактуется как «использование внешних ресурсов», или «внешних источников». Это искусственное слово, которого до начала 90-х гг. XX в. не было ни в одном языке мира. В настоящее время существует множество определений аутсорсинга [3, с. 5]. В качестве одного из современных определений возьмем определение, предложенное Н.Л. Филипповой: «Аутсорсинг – это передача, в рамках управленческой стратегии, на долгосрочной основе бизнесфункций или бизнес-процессов в специализированную организацию вместе с ответственностью и рисками за результат их выполнения поставщику услуг,

с возможным переводом к нему активов и персонала заказчика» [2, с. 11]. В российском законодательстве определения аутсорсинга нет. Возможность применения аутсорсинговых услуг вытекает из положений Гражданского кодекса РФ, ст. 421 «Свобода договора». Устанавливается, что граждане и юридические лица могут заключить договор как предусмотренный, так и не предусмотренный законом или иными правовыми актами [4].

В российском аудиторском законодательстве внутреннему контролю также посвящен ФПСАД 8 «Понимание деятельности аудируемого лица, среды, в которой она осуществляется, и оценка рисков существенного искажения аудируемой финансовой (бухгалтерской) отчетности» [6]. В нем, в частности, дается определение и перечислены элементы системы внутреннего контроля (СВК). На сегодняшний день, по мнению компании PWC, «от поставщиков услуг все чаще требуется продемонстрировать наглядность их систем внутреннего контроля, чтобы укрепить доверие клиентов в условиях возникновения широкого спектра рисков» [2]. Следовательно, аутсорсеру может быть необходим независимый отчет о состоянии средств контроля по оказываемым услугам или обслуживающим процессам. Следовательно, необходимо обратить внимание на МС ЗОУ (ISAE) 3402 «Отчеты о выражении уверенности относительно средств контроля обслуживающей организации». Стандарт раскрывает порядок проведения аудитором сервисной организации задания по подготовке отчета о выражении уверенности в отношении средств контроля сервисной организации. Аудитор, по МС ЗОУ (ISAE) 3402, должен оценить состояние средств контроля сервисной организации и предоставить заинтересованным пользователям информацию о том, какие из установленных средств контроля функционируют эффективно и какое влияние они оказывают на процессы, формирующие финансовую отчетность клиентов сервисных организаций [3]. Этими данными сейчас активно пользуются и российские бухгалтеры. С 2013 г. законом «О бухгалтерском учете» [1], ст. 19, введена обязанность организации внутреннего контроля экономическим субъектом.

Аудиторское законодательство «объединилось» с бухгалтерским. Сегодня любой экономический субъект, ведущий бухгалтерский учет, обязан организовать и осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни. А экономический субъект, бухгалтерская (финансовая) отчетность которого подлежит обязательному аудиту, обязан организовать и осуществлять внутренний контроль как ведения бухгалтерского учета, так и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности (за исключением случаев, когда его руководитель принял обязанность ведения бухгалтерского учета на себя). Бухгалтерским методологическим центром (БМЦ) были приняты подробные «Методические рекомендации по организации и осуществлению внутреннего контроля» [1].

Неотъемлемой частью системы управления любой организации является внутренний контроль, поэтому вопросы разграничения обязанностей по организации и проведению контрольных процедур носят актуальный характер в бухгалтерском аутсорсинге.

Помимо осуществления функции бухгалтерского учета, необходимо исключить возможные риски формирования недостоверной информации аутсорсера.

Эффективность системы внутреннего контроля зависит от учета специфики как учетных процедур, так и деятельности заказчика. Однако следует различать систему внутреннего контроля самой организации-аутсорсера и систему внутреннего контроля, которую обязан организовать аутсорсер для заказчика, являющегося потребителем бухгалтерских услуг (рисунок 1).

Следует отметить, что к объектам системы внутреннего контроля, организованной аутсорсером для заказчика, не относятся совершаемые клиентом операции. Экономический субъект, а именно непосредственно его руководитель, несет ответственность за организацию и содержание системы внутреннего контроля за текущей деятельностью.

№ п/п	Сравнительный признак	Система внутреннего контроля организации-аутсорсера	Система внутреннего контроля
1	2	3	4
1	Цели	Эффективное функционирование организации в целом; рациональное использование ресурсов организации; сохранность имущества; соблюдение законодательства в области регулирования деятельности организации; соблюдение требований законодательства по бухгалтерскому учету.	Соблюдение требовании законодательства по бухгалтерскому учету
2	Объект	Совершаемые операции; бухгалтерский учет.	Бухгалтерский учет.
3	Субъекты	Руководитель организации (ответственность за организацию СВК); сотрудники организации	Руководитель организации (ответственность за организацию СВК); сотрудники организации
4	Элементы	Ввнутренняя среда; постановка целей; определение событий; оценка рисков; реагирование на риск; средства контроля; информация и коммуникации; мониторинг.	Контрольная среда; учетная система; мониторинг.

Рисунок 1. – Сравнительный анализ системы внутреннего контроля организации – аутсорсера, организованной для себя и организации-заказчика

Кроме этого, аутсорсер обязан организовать систему внутреннего контроля за учетной деятельностью заказчика, следовательно, в отношении данного объекта субъектами внутреннего контроля будут выступать все сотрудники аутсорсинговой компании.

Организация, передающая функции бухгалтерского учета на аутсорсинг, как правило, имеет в собственном штате одного или двух бухгалтеров, отвечающих за документацию, ведение кассы, в зависимости от условий договора на аутсорсинг и специфики деятельности организации.

Для создания системы внутреннего контроля за ведением бухгалтерского учета заказчика необходимо наличие трех составляющих: контрольной среды, учетной системы, мониторинга, так как остальные элементы остаются в компетенции заказчика.

Наличие учетной системы свидетельствует о существовании контроля за формированием бухгалтерской отчетности, так как ее элементы имеют контрольные точки, которые находятся в зоне внимания бухгалтера. Специалист, которому руководителем аутсорсинговой компании поручены функции ведения бухгалтерского учета заказчика, должен поддерживать

систему внутреннего контроля за учетной деятельностью в целом и, в частности, за формированием бухгалтерской отчетности в соответствии с требованиями законодательства.

Сотрудники, осуществляющие действия по формированию учетной информации о состоянии экономического субъекта или принимающие результаты данной работы, должны параллельно производить контроль данной работы.

По мнению Н.Н. Карзаевой и Э.Б. Кичиковой «документация как основной элемент бухгалтерского учета предполагает отражение всех совершаемых хозяйственных операций в первичных документах, установленных в соответствии с законодательством. В зависимости от условий договора на аутсорсинг, анализ документов или группы документов проводит непосредственно лицо, занимающееся их оформлением. В случае, когда заказчик передает уже готовые первичные документы аутсорсинговой организации, повторный документальный анализ проводит лицо, принимающее данные документы.

Инвентаризация – одна из основных форм контроля, заключающаяся в проверке соответствия учетных и фактических данных о состоянии имущества и обязательств организации. В зависимости от вида деятельности, в отношении активов в большинстве случаев за проведение инвентаризации отвечает руководитель организации-заказчика, возможным исключением являются денежные средства на счетах в банке, за инвентаризацию которых может отвечать бухгалтер аутсорсера, в отношении обязательств – бухгалтер (иное лицо) аутсорсера» [2, с. 74].

При переходе на аутсорсинг бухгалтерского учета, одной из главных целей, преследуемых заказчиком, является получение качественных услуг, оказываемых квалифицированными, опытными профессионалами. За соблюдением соответствия применяемых оценок имущества и обязательств регламентированным законодательными актами видам отвечает главный бухгалтер аутсорсера.

Калькулирование себестоимости может быть предусмотрено договором аутсорсинга как стандартная или дополнительная услуга, за контроль над которой будет отвечать главный бухгалтер и бухгалтер, непосредственно составляющий калькуляции. В случае, когда себестоимость формирует заказчик самостоятельно, за контроль будет отвечать его штатный бухгалтер, экономист или руководитель организации.

Также в аутсорсинговой компании может быть создана ревизионная комиссия (ревизор), в компетенцию которой будет входить проверка ведения бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности заказчика. В консалтинговых компаниях могут быть созданы отделы экономической безопасности, которые также будут отвечать и за контроль над текущей деятельностью экономического субъекта.

Повышение эффективности системы внутреннего контроля может заключаться:

- в разработке и согласовании проектов нормативных документов, регламентирующих функционирование системы внутреннего контроля (например, положений о структурных подразделениях, содержащих в себе полномочия и ответственность при осуществлении контрольных процедур и др.);

- в участии в комиссиях, рабочих группах и комитетах на разных уровнях управления компании по вопросам, относящимся к формированию и совершенствованию системы внутреннего контроля;

- в методической поддержке центров ответственности и структурных подразделений компании по вопросам применения единого подхода в формировании и изменении системы внутреннего контроля, а также иным вопросам, относящимся к сфере функционирования и совершенствования системы внутреннего контроля.

Из всего сказанного следует вывод о необходимости аутсорсеру формировать совокупность методик и процедур, которые при внедрении на предприятии-заказчике способствовали бы упорядоченному и эффективному

ведению его финансово-хозяйственной деятельности, в том числе, обеспечению сохранности активов, своевременному обнаружению и минимизации возможных рисков. При этом внедренный внутренний контроль должен способствовать формированию достоверной информации в любом разрезе, необходимом тому или иному пользователю.

Только активное взаимодействие аутсорсера и предприятия-заказчика сделает процесс функционирования системы внутреннего контроля эффективным, что, в свою очередь, будет способствовать обеспечению непрерывности деятельности предприятия-заказчика.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. «О бухгалтерском учете ФЗ (р ед. 04.11.26.07.2020). // КонсультантПлюс. [Электронный ресурс]. – Электрон. дан.– [М., 2016.]

2. Карзаева Н.Н., Кичикова Э.Б. Организация системы внутреннего контроля при аутсоринге бухгалтерского учета // Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве. – 2015. – № 10.- С. 71-75.

3. Мешкова Г.В. Преимущества и недостатки аутсорсинга бухгалтерского и налогового учета [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.inter-nauka.com/issues/conf-2015/december1/671.

4. Мешкова Г.В. Управление информационными рисками при использовании бухгалтерского аутсоринга / Информационное обеспечение эффективного управления деятельностью экономических субъектов: материалы VI междунар . науч. конференции.- Краснода р : Изд-во Магарин О.Г., 2016.-С. 214-220.

5. Мешкова Г.В. Бухгалтерские риски: сущность, проблемы управления и пути их сокращения / Информационное обеспечение эффективно го управления деятельностью экономических субъектов: материалы VI междунар . науч. конференции.-Краснодар : Изд-во Магарин О.Г., 2016.-С. 214-221.

6. Карзаева Н. Н., Кичикова Э.Б. Организация системы внутреннего контроля при аутсоринге бухгалтерского учета // Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве. – 2018. – № 10.- С. 71-75.

7. Мешкова Г.В. Преимущества и недостатки аутсорсинга бухгалтерского и налогово го учета [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.inter-nauka.com/issues/conf-2015/december1/671.

АКТУАЛЬНОСТЬ АУТСОРСИНГА БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В СОВРЕМЕНЫХ УСЛОВИЯХ

Жучков А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в современных условиях, когда мировая экономика не стабильна и растёт конкуренция, компании стремятся сократить издержки и повысить качество бизнес-процессов. Ни одна успешная компания не может обойтись без эффективного и отлаженного механизма учета финансовых ресурсов предприятия и контроля над их использованием. Бухгалтерский учет – это система, которая позволяет запустить данный механизм в действие.

В настоящие время бухгалтерский учет существует не только в внутри фирмы как её составляющая, но и вне фирмы. Компании концентрируясь на задачах основного бизнеса для минимизации затрат денег, сил и времени, стараются не распылять свои ресурсы на “поддерживающие” функции и в этом им помогает аутсорсинг.

В развитых странах наибольшее распространение получили такие виды аутсорсинга как: аутсорсинг бухгалтерских услуг, аутсорсинг юридических услуг, а также логистический, кадровый, аутсорсинг персонала и аутсорсинг в IT сфере. [1]

В российском же законодательстве нет такого понятия как бухгалтерский аутсорсинг. Термин был взят из английского языка “outer-source-using” и это можно перевести как “использование чужих ресурсов”, не смотря на впечатление, которое могло сложится от перевода, не стоит аутсорсинг воспринимать как кредит или другие услуги носящие разовый или эпизодический характер, как правило на аутсорсинг отдаются функции требующие бесперебойности работы.

Аутсорсинг бухгалтерского учета получил широкое распространение в европейских странах и США, для России распространение данного вида

услуг началось относительно недавно. По данным банковско-консалтинговой группы «ИАС» 61% предприятий в странах Евросоюза и 89% частных компаний в США так или иначе используют услуги аутсорсинга. [2]

В настоящее время услугами аутсорсинга в бухгалтерском учете пользуются тысячи российских компаний и для них это стало уже незаменимой услугой. Можно сказать, что использование услуг бухгалтерского аутсорсинга становится массовым в России.

Несмотря на массовое распространение бухгалтерского аутсорсинга в России, существуют некоторые преграды для его распространения, помимо консерватизма, развитию рынка аутсорсинга бухгалтерских услуг в некоторой степени мешает порой полулегальный характер предприятий, владельцы таких компаний опасаясь утечки коммерческой информации, не хотят пользоваться аутсорсингом бухгалтерского учета не смотря на его выгоды. [3]

Существует четыре вида бухгалтерского аутсорсинга:

1) Бухгалтерское консультирование – как правило применяется при потребности в контроле за работой штата бухгалтеров или для компаний, работающих в сферах с постоянно меняющимся налоговым законодательством

2) Выборочный аутсорсинг – данный вид бухгалтерского учета выбирают компании, не желающие отдавать полный контроль за бухгалтерским учетом, но которые хотят сократить нагрузку на штатных бухгалтеров, и при этом не расширят штат отдела бухгалтерии В данном случае на аутсорсинг отдают только часть функций бухгалтерии, например, таких как: расчет заработной платы, подача налоговой декларации.

3) Полный аутсорсинг — как уже понятно из названия, это полная передача бухгалтерского учета компании предоставляющей услуги аутсорсинга. В данном случае компания полностью теряет контроль за бухгалтерским учетом, но также она может полностью обойтись без штатных

бухгалтеров, что может позволить сильно сократить издержки и позволяет сконцентрировать больше ресурсов на основной деятельности.

4) Ведение учета от лица главного бухгалтера с предоставлением права подписи в документах бухгалтерского и налогового учета. При использовании данного вида аутсорсинга, компания полностью перекладывает право подписи на аутсорсера, и таким образом сокращает время на работу с документами. Основным минусом является полное отсутствие контроля за деятельностью аустсорсера.

Для каждой компании может оказаться более подходящим тот или иной вид услуг аутсорсинга бухгалтерского учета, как правило решение компания принимает исходя из специфики своей деятельности и отрасли, степени готовности как компании, так и её руководителей перейти на использование услуг аутсорсинга бухгалтерского учета, наличия свободных ресурсов для организации работы штата бухгалтеров.

Использование аутсорсинга в сфере бухгалтерских услуг имеет как значительные преимущества, так и недостатки перед штатом бухгалтеров, к плюсам можно отнести:

1) Снижение затрат на содержание штата бухгалтеров. Для работы бухгалтерии необходимо полностью оборудовать рабочие места, с персональными компьютерами и установленными на них бухгалтерскими программами, что в свою очередь потребует их покупку и установку, телефон, также другая техника необходимая для работы. При передаче бухгалтерского учета на аутсорсинг таких затрат компания избегает. Также независимо от нагрузки, штатному бухгалтеру должна регулярно выплачивается заработная плата, в случае же с аутсорсингом вы платите только за результат.

2) Качество услуг. Компания, предоставляющая услуги аутсорсинга, гарантирует качество ведения бухгалтерского учета. Также аутсорсер может предоставить клиенту поддержку сразу нескольких специалистов, таких как: юристы, специалисты по налоговому праву и трудовому законодательству.

3) Ответственность за оказанные услуги. Компания может заключить договор об уровне ответственности при предоставлении услуг и таким образом обезопасить себя от ущерба, который может возникнуть при оказание бухгалтерских услуг в случае ошибок, непреднамеренного нарушения законодательства, в таком случае вся ответственность за них будет нести компания-аутсорсер. В свою очередь компании, которые имеют собственного бухгалтера не застрахованы от его ошибок и все штрафы полученные связи с этими ошибками им придётся выплачивать самостоятельно.

4) Аутсорсинговые услуги выгодны для тех, кто только начал свою деятельность, поскольку не надо тратить время на поиски бухгалтера, а надо всего лишь обратиться в компанию, занимающуюся аутсорсингом, что

Также у передачи бухгалтерских услуг на аутсорсинг имеются и ряд недостатков:

1) Существует риск разглашения конфиденциальной информации, поэтому, если вы собираетесь работать с аутсорсинговой компанией, обязательно нужно заключать договор о конфиденциальности.
2) Также существует риск снижения оперативности бухгалтерского учета, наибольше этому риску подвержены крупные компании.
3) Как хорошо бы не работала аутсорсинговая компания, ответственность за предоставленные первичные документы и соответственно риски, связанные с претензиями от налоговых проверок к первичным документам, ложатся на заказчика
4) Не всегда учитываются индивидуальные особенности специфики отрасли, в которой работает компания.
5) Риск получения некачественных услуг аутсорсинга, защитится от данного риска можно, если правильно заключить договор об уровне ответственности при предоставлении услуг.

В современных условиях, а именно в условиях карантина, актуальность аутсорсинга бухгалтерских услуг только растет, что показывает рост

клиентской базы аутсорсинговых компаний. Из-за пандемии компании были вынуждены переводить работников на дистанционную работу, налаживать рабочие процессы, не все компании оказались готовы к такому, поэтому отдать бухгалтерский учет на аутсорсинг для многих компаний оказалась отличной альтернативой, а также способом сократить расходы и сконцентрировать имевшиеся ресурсы на основной деятельности.

Так же пандемия повлияла на аутсорсинговые компании, она активизировала процесс цифровизации в компаниях, ускорила внедрение технологических решений. Максимальную выгоду от сложившейся ситуации получили те аутсорсинговые компании, которые смогли быстро перейти от классической модели к цифровой, а именно перенесли свою работу полностью в онлайн, внедрили чат-ботов, личные кабинеты для клиентов. Также цифровизация оказалась выгодна не только для клиента, но и для самой компании предоставляющей услуги аутсорсинга, она позволяет автоматизировать сразу ряд процессов и тем самым сокращать количество ошибок, неизбежных при использовании ручного труда.

Таким образом, в сложившихся условиях, а именно необходимости компаний сокращать издержки, концентрации ресурсов на основной деятельности и в условиях нестабильности связанных с пандемией, когда в любой момент может появится потребность перевести бизнес в онлайн, аутсорсинг бухгалтерского учета в России будет только расти и все больше внедрять цифровые технологии и переходить в онлайн.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1) Василенко, Л. А. Аутсорсинг — инновационная бухгалтерская технология // Учет и аудит —2014—№7—С.56–58

2) Девять преимуществ аутсорсинга бухгалтерского сопровождения [Электронный ресурс] URL: https://dfinance.ru/blog/devyat-preimushchestv-autsorsinga-bukhgalterskogo-soprovozhdeniya

3) Никифорова, Я. Е. Тенденции и перспективы развития бухгалтерского аутсорсинга в России / Я. Е. Никифорова. Молодой ученый. — 2018. — № 47 (233). — С. 264-266. — URL: https://moluch.ru/archive/233/53976/ (дата обращения: 15.11.2020)
4) Аутсорсинг учетных функций, 2019 год [Электронный ресурс] URL: https://raex-a.ru/ratings/outsourcing/2019

ВЛИЯНИЕ БЕЗУСЛОВНОГО ОСНОВНОГО ДОХОДА НА ТРУДОВУЮ МОТИВАЦИЮ МОЛОДЫХ РАБОТНИКОВ

Золотов С.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Введение. Проблема введения безусловного базового дохода (UBI) обсуждается в западной социально-экономической литературе на протяжении нескольких десятилетий: осуществляется периодизация становления и развития данной концепции, формируется представление о сущностных характеристиках UBI, ведутся исследования его потенциальной эффективности в решении проблем преодоления бедности и достижения сбалансированности спроса и предложения на рынке труда [5, 6, 7, 8].

Освоение этой проблематики российскими исследователями началось сравнительно недавно, но уже переходит от общего ознакомления с проблемой [9], к ее углубленному анализу [1, 2, 4].

Несмотря на существенные достижения в разработке проблемы, имеются многочисленные дискуссионные вопросы, ключевым из которых, на наш взгляд, является определения уровня влияния введения ББД на мотивацию к труду молодежи. Это свидетельствует, на наш взгляд, о наличии существенных резервов в разработке концептуальных основ UBI с целью дальнейшей практической апробации.

Такая незавершенность связана с недостатком эмпирических исследований по влиянию безусловного базового дохода на мотивацию к

труду сотрудников. Мы полагаем, что безусловный основной доход потенциально будет выплачиваться на уровне минимального размера оплаты труда.

С целью определения безусловного базового дохода на мотивацию к труду рабочих предприятия пищевой промышленности был организован социологический опрос. На исследуемом предприятии преобладает график рабочего времени два дня через два по 12 часов. Некоторые сотрудники работают на пятидневной рабочей недели по 8 часов в день, однако, процент таковых несущественен. Опрос носил сплошной характер, выборка является репрезентативной и несмещенной. Молодежь была разделена на две возрастные группы: от 18 до 30 лет и от 30 до 39 лет соответственно. Вопрос был сформулирован следующим образом: если бы государство безвозмездно выплачивало бы Вам и каждому члену Вашей семьи по 12130 рублей в месяц, то сколько бы времени в смену Вы хотели бы работать? В результате исследования были получены следующие результаты (см. табл. 1):

Таблица 1 Желаемая продолжительность рабочего времени при введении ББД у работников в возрасте 18-30 лет и 31-39 лет.

Варианты ответа	18-30 лет		31-39 лет	
	чел	%	чел	%
Не стали бы работать	10	13,16%	2	3,13%
Менее 5 часов	4	5,26%	9	14,06%
5-6 часов	4	5,26%	3	4,69%
6-7 часов	12	15,79%	7	10,94%
7-8 часов	39	51,32%	33	51,56%
Более 8 часов	7	9,21%	10	15,63%

Исследование выявило то, что в случае введения безусловного базового дохода, большинство работников в обеих группах (86,84% и 96,87%) продолжит свою трудовую деятельность в результате введения безусловного базового дохода, однако, предпочитаемая продолжительность труда существенно изменится. В более благоприятных условиях значительный процент работников (26,31% и 29,69%) планируют сократить продолжительность своего рабочего дня. По мнению исследователей, это связано с тем, что 8-часовой рабочий день утрачивает свою актуальность. Обеспечение 8-часового рабочего дня являлось значительным прогрессом в начале XX века, но в XXI веке предпочтения рабочих, особенно молодежи, претерпевают существенные изменения [4]. Особенно показательным является здесь то, что только 9,21% процент сотрудников в возрасте от 18 до 30 лет готовы работать более 8 часов в день в случае введения ББД. На наш взгляд то, что 15,63% работников в возрастной группе 31-39 лет, планируют работать больше, связано с наличием детей, на воспитание которых требуются дополнительные средства. Работники в более зрелой возрастной группе считают, что чем больше они работают, тем выше заработная плата. Молодежь первой возрастной группы, по – видимому, так не считает, помимо этого, нельзя исключать того факта, что молодежь в возрастной группе от 18 до 30 лет в большей степени может рассчитывать на поддержку в воспитании детей со стороны родителей, чем возрастная группа в возрасте от 31 до 39 лет. Таким образом, целесообразен вывод о том, что распространенные режимы рабочего времени, где работники вынуждены трудиться по 12 часов в день, утрачивают свою актуальность.

Результаты проведенного исследования, проведенного на предприятии пищевой промышленности в Нижегородской области, свидетельствуют о том, что в результате введения безусловного базового дохода произойдут изменения в области мотивации работников. Для того, чтобы сохранить молодые кадры на предприятии, от собственников бизнеса потребуется обеспечить улучшение условий труда, обеспечение условий для повышения

квалификация без отрыва от производства и ряд иных мер по мотивации работников. В результате возникнут предпосылки для повышения производительности труда и улучшения качества продукции.

В конечном счёте, позитивные эффекты от введения базового дохода будут носить всеобщий характер.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бобков В.Н., Долгушкин Н.К., Одинцова Е.В. Безусловный базовый доход: размышления о возможном влиянии на повышение уровня и качества жизни и устойчивости общества // Уровень жизни населения регионов России 2019. №3 (213). С. 8 – 24.

2. Давыдов Д. Безусловный доход и перспективы посткапитализма // Мир перемен. 2017. №2. С. 119-132.

3. Гонтмахер Е. Базовый доход: пролог к социальной политике XXI века? // Экономическая политика. 2019. Т. 14. № 2. С. 156–177.

4. Золотов А. В., Попов М. В. Перспектива преодоления социального развития людей // Вестник Санкт-Петербургского университета. Философия и конфликтология. 2018. Т.34. №2. С.218 – 232.

5. Parijs, Philippe van, and Yannick Vanderborght. Basic Income: A Radical Proposal for a Free Society and a Sane Economy, Harvard University Press, 2017. ProQuest Ebook Central. – 384 p. http://ebookcentral.proquest.com/lib/ucl/detail.action?docID=4830746.

6. Specianova J. Labor Supply Elasticity in the Unconditional Basic Income System: Data Sources and Methodological Issues / J. Specianova // European Scientific Journal. – 2018, February. – Vol. 14, № 4. – P. 13–29.

7. Ugo G., Grosh M., Rigolini J., Yemtsov R. eds. 2020. Exploring Universal Basic Income: A Guide to Navigating Concepts, Evidence, and Practices. Washington, DC: World Bank. doi:10.1596/978-1-4648-1458-7/

8. Widerquist K. A Critical Analysis of Basic Income Experiments for Researchers, Policymakers, and Citizens. Palgrave. Macmillan. 2018. 167 p. https://doi.org/10.1007/978-3-030-03849-6

9. Золотов С.А., Шилов М.Л. Безусловный основной доход: сущность и проблемы реализации // Вестник НГИЭИ. 2016. № 9 (64). С. 7–14.

СТАТИСТИКА МОЛОДЕЖНЫХ ИНТЕРНЕТ- ПОКУПОК

Зяблых Е.Ю.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Совершение онлайн-покупок товаров и услуг становится всё более обычным делом: доля людей, заказывающих товары при помощи Интернета, увеличивается с каждым годом; как и другие бытовые дела, онлайн-покупки всё чаще делаются «на ходу», со смартфонов и планшетов; даже недорогие товары ежедневного потребления всё чаще заказывают онлайн. По данным исследования ТАСС (Российское государственное информационное агентство федерального уровня): Россияне стали в три раза больше покупать в Интернете. Чаще всего в 2020 году Россияне тратили деньги в магазинах одежды (средний чек там составил 2273 рублей) и в супермаркетах (средний чек там составил 2267 рублей) [1].

Анализ интернет-покупок содержится в ряде научных статей. В частности, Н.Ю. Сайбель, Я.В. Сайбель подчеркивают особенности российской электронной торговли, ее плюсы и минусы и определяют тенденции развития [2]. А.А. Маилян раскрывает препятствия российского рынка интернет-торговли и их причины [3]. Р.Р. Салихова рассматривают элементы электронной торговли, используемые розничными сетями [4]. Е.А. Боркова, П.О. Носкова анализируют совремнный рынок интернет-торговли в России [5].

На протяжении последних семи лет GfK и «Яндекс.Маркет» опрашивают российских пользователей интернета в возрасте 16–55 лет. Опрос проводится по панели GfK при помощи электронной почты. Там рассматриваются такие вопросы, как: «Почему покупают онлайн?», «Где заказывают онлайн?», «Что заказывают онлайн?» и «Сколько тратят на онлайн-покупки?». За последние пять лет число россиян, которые совершают онлайн-покупки, удвоилось: если в 2015 году доля тех, кто делал заказ в онлайн-магазине хотя бы один раз за шесть месяцев, составляла 21% от всех пользователей Рунета, то в

2019-м таких было уже 42%, говорится в ежегодном совместном исследовании «Яндекс.Маркет» и GfK. Самая высокая концентрация любителей онлайн-шопинга живет в Москве: 60% горожан совершали интернет-покупки в последние полгода [6].

В данном исследовании поставлена цель - статистическими методами определить предпочтения молодежи при Интернет - покупках. В соответствии с целью рассмотрены следующие вопросы: откуда респонденты узнали об интернет - магазинах, как они к ним относятся, как часто совершают интернет - покупки, какие товары чаще всего приобретают на просторах интернета, какие недостатки видят респонденты в Интернет - магазинах, обращают ли внимание покупатели на отзывы о товарах, оставленные другими пользователями, побуждает ли SMS - рассылка к совершению покупок, какими Интернет-магазинами респонденты пользуются чаще всего.

При анализе рынка Интернет - магазинов по доставке продуктов на дом рассмотрены следующие вопросы: пользуются люди данной услугой, какие недостатки видят в доставке продуктов на дом и к каким организациями чаще всего обращаются.

В целях исследования проведено онлайн анкетирование студентов института экономики и предпринимательства (основными участниками стали студенты второго курса бакалавриата очного обучения факультета экономики), а также студентов второго курса бакалавриата и специалитета очного обучения института биологии и биомедицины. Данные относятся к периоду с 10.10 по 31.10.20.

В анкетировании приняло участие 77 человек. Наибольшее число респондентов - 64 человека или 83,1% - представители женского пола. Максимальный удельный вес в общей численности респондентов, принявших участи в опросе, занимают лица в возрасте от 18 до 24 лет или 97,4% опрошенных. По одному человеку имеют возраст до 18 лет и от 25 до 34 лет, или 1,3%

Наибольшую долю опрошенных в их общей совокупности занимают респонденты с доходом менее 10 000 рублей в месяц- 62,3%. На втором месте по численности респондентов –группа из16 человек с ежемесячным доходом от 10 000 до 15 000 рублей или 20,8%. Одна из групп включает 9 человек с ежемесячным доходом от 25 000 до 35 000 рублей или 11,7%. Так же две группы по 2 человека или 2,6% опрошенных имеют доход 25 000 -35 000 и 35 000- 50 000 рублей в месяц.

При ответе на вопрос, откуда получена информация об интернет-магазинах, респонденты могли выбирать несколько вариантов ответа. Оказалось, что 70 респондентов или 54,26% из опрошенных получают информацию об Онлайн-магазинах из Интернета, 38 человек или 29,46% из опрошенных узнают данную информацию от друзей и родственников и лишь 21 человек или 16,28% из опрошенных узнают из СМИ.

Наибольшую долю опрошенных в их общей совокупности занимают респонденты, имеющие положительное отношение к осуществлению интернет- покупок - 52 человека или 67,5% пользователей. Второе место занимают пользователи, имеющие отношение “скорее положительное” - 18 человек или же 23,4%. Небольшой процент опрошенных- 6.5%, относится к интернет-покупкам “с безразличием” - 5 человек. Две группы пользователей, имеющие в своем составе по одному респонденту или же по 1,3% всех опрошенных, относятся в интернет-покупкам “скорее отрицательно” и “отрицательно”.

Значительная доля молодых респондентов совершают онлайн покупки “менее 10 раз в год” и “несколько раз в месяц” - по 24 человека в группе, или 31,6% от общего числа. Третья группа по высокой доле респондентов в их общей совокупности - группа с ответами пользователей “раз в месяц”- 22 человека или 28,9%. Группа пользователей, совершающих покупки в интернет-магазинах “реже, чем раз в год” в их общей совокупности - 5 человек или 6,6%. Одна группа, включающая одного респондента, совершающего онлайн покупки “несколько раз в неделю” или 1,3%.

По итогам опроса сделан вывод о распределении респондентов, совершающих онлайн – покупки по видам товаров и услуг: одежду покупают 24,28%, а аксессуары - 21,43% принявших участие в опросе. Меньше всего покупают бытовую химию и технику, за данные категории проголосовало по 6 человек или по 2,86% респондентов.

Молодежи не нравится тот факт, что при покупке товара или услуги в Интернет-магазине необходима обязательная регистрация (66 опрошенных), 41 человек проголосовал недовольны системой доставки.

Большинство респондентов, а именно 74 человека или 96,1% из опрошенных, обращают внимание на отзывы и рецензии о товаре, оставленные другими покупателями, 2 человека или 2,6% из опрошенных лишь иногда пользуются данной услугой, и только 1 человек или 1,3% из опрошенных никогда этим не пользуются.

Большинство из опрошенных SMS-рассылка не побуждает к посещению Онлайн-магазина, а именно 51 человек или 66,23% из опрошенных респондентов. Вторую половину опрошенных (26 человек или 33,77%) SMS-рассылка, если она содержит интересную информацию, заставляет посетить Интернет-магазин.

Пятая часть респондентов пользуются такими Интернет-магазинами, как AliExpress (60 человек или 22,81%) и Wildberries, (50 человек или 19,01%). Около 40 человек (15,59%) обращаются к Ozon, меньше всего к Лабиринту (3 человека или 1,14%) и eBay (5 человек или 1,9%).

Большинство опрошенных не использует услугу доставки продуктов на дом, их 49 человек или же 63,6% опрошенных.

Наибольшую долю респондентов в их общей совокупности занимают респонденты, использующие услугу доставки продуктов на дом раз в месяц - 25 человек или же 39,1% опрошенных. На втором месте по численности, респонденты, не использующие услуги доставки продуктов на дом - 21 человек, 32,8% опрошенных. Несколько раз в год услугами доставки продуктов на дом пользуется 10 человек - 15,6% опрошенных. Пару раз в

неделю используют услугу доставки продуктов на дом 3 человека или 4,7%. Раз в неделю пользуются услугами данного типа 5 человек или 7,8% от общей совокупности.

Треть респондентов считают недостатком в доставке продуктов высокую стоимость продуктов - 31 человек или 32,98% опрошенных. Вторая по численности группа респондентов считает недостатком маленький ассортимент данной услуги – 20 человек или 21,28%. Несовершенная система доставки является недостатком для 17 человек или 18,08% пользователей услуги. Для 13 человек или 13,83% пользователей, недостаток - несоответствие указанного заказа полученному. Другие недостатки в оказываемой услуге нашли 6 человек или 6,38%. Не видят недостатков в доставке продуктов на дом 2 человека или 2,13% респондентов. Не пользуются услугой 5 человек или 5,32%.

Самой высокой популярностью среди респондентов пользуется организация по доставке Яндекс. Еда, 27 человек (24,32%) выбрали данную организацию. На втором месте - Delivery Club (22 человека или 19,82%). Организация по доставке продуктов на дом “Самокат” пользуется популярностью у 10 пользователей или 9,01%. Среди клиентов доставки магазина “SPAR” 9 человек или 8,11%. Доставкой “Ozon” пользуются 8 респондентов или 7,21%. Сбермаркетом пользуется 7 человек или 6,31% опрошенных. Продукты на дом из магазина “Перекресток” заказывают 5 человек или 4,50%. Доставкой магазина Ашана и других организаций пользуются по три человека или по 2,70%. Один респондент использует доставку магазина “METRO” или 0,90% среди всех полученных ответов. Не используют доставку 16 человек или 14,41% от всех ответов пользователей.

Обобщая результаты опроса можно сделать ряд выводов:

большинство покупателей в интернет-магазинах - девушки в возрасте от 18 до 24лет, чей доход составляет менее 10000 рублей в месяц;

молодежь узнает об онлайн-магазинах из Интернета и от родственников и друзей;

молодые люди чаще всего делают покупки несколько раз в месяц или менее 10 раз в год;

в интернет-магазинах юноши и девушки предпочитают покупать одежду, аксессуары, товары для дома, парфюмерию и косметику;

молодежь недовольна тем, что при совершении онлайн-покупки необходима обязательная регистрация, а также их не удовлетворяет система доставки товаров;

большинство молодых людей интересуется отзывами и рецензиями о товаре, оставленными другими покупателями, а вот SMS-рассылка их никак не побуждает к Онлайн-покупкам;

Самыми популярными Интернет-магазинами являются AliExpress, Wildberries, Ozon, Asos и Lamoda.

В целом большинство молодых людей положительно относятся к Интернет-магазинам и регулярно ими пользуются.

Следует отметить, что полученные результаты отвечают общероссийским и мировым трендам. Аналитики исследовательской компании Data Insight в отчете "Интернет-торговля в России 2019", отмечают что Интернет-покупки с каждым годом становятся всё более популярными. Всего за год в России сделано 425 млн заказов в интернет-магазинах. Это на 41% больше, чем год назад. Общая выручка онлайн-магазинов составила 1,6 трлн рублей, что на четверть больше, чем в 2018 году. В 2019 году количество продавцов и покупателей составило 14 и 12 миллионов соответственно; два года назад соотношение было 8 к 10 миллионов [7].

Наши данные подтверждают аналитики исследовательской компании Data Insight в своём отчёте "Интернет-торговля в России 2019", о том что, Интернет-покупки с каждым годом становятся всё более популярными. Всего за год в России сделано 425 млн заказов в интернет-магазинах. Это на 41% больше, чем год назад. Общая выручка онлайн-магазинов составила 1,6 трлн рублей, что на четверть больше, чем в 2018 году. В 2019 году количество

продавцов и покупателей составило 14 и 12 миллионов соответственно; два года назад соотношение было 8 к 10 миллионов [7].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1.Исследование ТАСС от 15 августа 2020 года: “Исследование: россияне стали в три раза больше покупать в интернете”. – URL: https://tass.ru/ekonomika/9207319.

2. Сайбель Н. Ю., Сайбель Я. В. Развитие интернет-торговли в России: преимущества и недостатки // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – № 10 (октябрь). – 0,4 п. л. – URL: http://e-koncept.ru/2016/16218.htm.

3. Маилян А. А. Проблемы и перспективы развития интернет-торговли в России / А. А. Маилян // Молодой ученый. — 2017. — № 34 (168). — С. 38-40. — URL: https://moluch.ru/archive/168/45413/.

4. Салихова Р.Р. Особенности внедрения элементов электронной торговли традиционными розничными торговыми сетями // Экономика, предпринимательство и право. – 2019. – Том 9. – № 4. – с. 685-692. – URL:doi: 10.18334/epp.9.4.41376.

5. Боркова Е.А., Носкова П.О. Современное развитие рынка электронной торговли в макроэкономических условиях России // Российское предпринимательство. России. – 2019. – Том 20. – № 4. – с. 917-926. – URL: doi: 10.18334/rp.20.4.40598.

6. Новости РБК, бизнес, от 11 декабря 2020 года: “Каждый третий россиянин совершал покупки через смартфон”- https://www.rbc.ru/business/11/12/2019/5defa6649a79474b575086dd

7. "Интернет-торговля в России 2019": аналитика Data Insight – URL:https://e-pepper.ru/news/internet-torgovlya-v-rossii-2019-analitika-data-insight.html

СПИСАНИЕ БЕЗНАДЕЖНЫХ ДОЛГОВ ПО ПРИЧИНЕ БАНКРОТСТВА ДОЛЖНИКА В БУХГАЛТЕРСКОМ И НАЛОГОВОМ УЧЕТЕ

Калямагина Е. В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность проблемы списания безнадежных долгов по причине банкротства должника в бухгалтерском и налоговом учете обусловлена в настоящее время в первую очередь сложной экономической и социальной

обстановкой, сложившейся в стране, особенно в первой половине 2020 года. В условиях вынужденного принятия карантинных ограничений в частности произошли массовые разрывы экономических связей, что привело к невозможности для более трети российских организаций самостоятельно справится с все более возрастающими долгами перед кредиторами. Особенно жестко это коснулось предприятий, относящихся к субъектам малого и среднего предпринимательства. Они оказались не готовы осуществлять свои постоянные расходы при отсутствии привычной выручки, так как как правило, не обладают необходимыми ресурсами для выхода из сложившейся ситуации дефицита денежных средств, а кредитные организации мало заинтересованы в работе с ними.

В процессе своей экономической деятельности все компании сталкиваются с возникновением дебиторской задолженности, обусловленной наличием временного лага между моментом ее признания (одновременно с признанием дохода/выручки) и фактическим поступлением денежных средств или реализацией другой формы оплаты по данной сделке. Это нормальный рабочий момент в процессе деятельности любой фирмы. Однако часто возникают ситуации, когда компания, получившая товар или услугу, не оплачивает ее длительное время после истечения сроков, оговоренных в договорах купли-продажи (поставок).

Пункт 2 ст. 266 Налогового кодекса [1] устанавливает, что предприятие-кредитор самостоятельно может признать дебиторскую задолженность своих контрагентов безнадежной, в то же время определяя закрытый перечень оснований для такого признания:

- во-первых: истечение установленного гражданским законодательством срока исковой давности (ст. 196, 197 ГК РФ [2]);

- во-вторых: ситуации, в которых обязательство должника прекращено вследствие невозможности его исполнения (ст. 416 ГК РФ),

-в-третьих: на основании акта государственного органа (ст. 417 ГК РФ)

-в-четвертых: по причине ликвидации организации-дебитора (ст. 419 ГК РФ);

- в-пятых: когда взыскание не представляется возможным произвести и данный фактор подтвержден решением судебного пристава-исполнителя об окончании исполнительного производства, вынесенным в порядке, установленном законом “Об исполнительном производстве”, а именно когда:

a) невозможно установить местонахождение должника и его имущества либо получить сведения о наличии принадлежащих ему денежных средств и иных ценностей, находящихся на счетах, во вкладах или на хранении в банках и других кредитных организациях;

b) у должника отсутствует имущество, на которое может быть обращено взыскание, и все принятые судебным приставом-исполнителем меры по отысканию такого имущества оказались безрезультатными.

В случаях, указаны в п. a) и b) имеет место возврат фирме-взыскателю долга судебного исполнительного документа.

Прочих предпосылок признания задолженности дебитора безнадежной статья 266 НК РФ не предусматривает [5].

Банкротство предприятия-должника является одним из оснований для признания в учете и отчетности предприятия-кредитора данной задолженности безнадежной и обоснованной предпосылкой ее списания.

Весьма трудоёмкий процесс признания финансовой несостоятельности фирмы (банкротства) потребует немало времени. Банкротство юридического схоже с проведением подобной процедуры по физлицам, но в тоже время есть значительные отличия. Начнем с того, что выделяются следующие виды банкротства предприятия-хозяйствующего субъекта:

- реальная, признанная судом неплатёжеспособность, как следствие убытков предприятия;

- временное банкротство, вполне обоснованно устранимое путем проведения процедуры финансового оздоровления фирмы;

- преднамеренное банкротство, как следствие умышленных действий собственников бизнеса и менеджмента предприятия;

- ложное публичное заявление о финансовой несостоятельности хозяйствующего субъекта.

Дела о банкротстве рассматриваются арбитражным судом и основными признаками банкротства юридического лица для арбитражного суда являются:

- платежи по обязательным выплатам фирма не проводит уже больше трёх месяцев;

- совокупная сумма задолженности фирмы (без включения в эту сумму начисленных пени, штрафов, неустоек) - не менее 300 тыс. рублей;

- у фирмы числится задолженность перед собственными сотрудниками по заработной плате (как по основной заработной плате, так и по выходным пособиям).

Выделяют и такие побочные признаки несостоятельности юридического лица, как увеличение кредиторской задолженности на фоне падения денежных поступлений, растущую отсрочку/просрочку выплат в пользу сотрудников предприятия и учредителей/участников.

Инициатором банкротства могут выступать не только менеджмент предприятия и собственники бизнеса, но и внешние заинтересованы лица – кредиторы, инвесторы, финансовые органы и т.п. Кроме того, процедуру банкротства могут инициировать сотрудники организации или временная (антикризисная) администрация.

С момента официального признания предприятия банкротом все требования к нему рассматриваются в суде. В процессе рассмотрения дела руководство компанией-должником переходит к конкурсному управляющему [6].

Для фирмы-кредитора в случае признания его контрагента банкротом нужно дождаться внесения записи о ликвидации должника-банкрота в ЕГРЮЛ/ЕГРИП, которое делается на основании вступившего в силу

определения суда о завершении конкурсного производства. До этого момента списывать долг банкрота нет оснований.

В налоговом учете списанный безнадежный долг дебитора-банкрота включается в состав внереализационных расходов и только после того, как кредитор получит выписку из ЕГРЮЛ о ликвидации фирмы-должника (п. 2 ст. 266 НК РФ; многочисленные Письма финансового ведомства, в частности - от 14.03.2014 № 03-03-06/1/11063, от 11.12.2015 № 03-03-06/1/72494).

В системе бухгалтерского учета безнадежную задолженность правомерно списать в прочие расходы когда появилась уверенность в том, что должник не сможет оплатить свой долг (например, получены документально оформленные сведения что имущество (конкурсная масса) недостаточно даже для удовлетворения требований первых двух очередей (п. 11 ПБУ 10/99).

Если организация, являющаяся «безнадежным» должником предприятия, начала процедуру банкротства после отчетной даты, то такие события в учете предприятия-кредитора будут признаваться событиями после отчетной даты, порядок учета которые регулирует бухгалтерский стандарт "События после отчетной даты" (ПБУ 7/98) [4]. Его обязаны применять все коммерческие компании (кроме кредитных организаций), включая малые и микропредприятия.

В состав событий после отчетной даты (СПОД) ПБУ 7/98 относит объявление должника компании банкротом (если по состоянию на 31 декабря, т.е. отчетную дату, в его отношении начата процедура банкротства). Конечно, необходимо предпринять все возможные шаги, чтобы получить хотя бы часть денег. Для этого компании-кредитору нужно как можно скорее предъявить свои требования должнику для включения суммы долга в реестр кредиторов. Задача бухгалтера в таком случае — сообщить руководству сумму долга и отслеживать его погашение.

Признание долга предприятия-дебитора безнадежным, как в течение отчетного года, так после (в составе СПОД) сопровождается признанием

расходов в учете и отчетности предприятия-кредитора. Ускорить фактическое признание в расходах дебиторской задолженности контрагента-банкрота можно, создав в учете резерв по сомнительным долгам по такой задолженности — отчисления в него и будут учтены в расходах текущего периода. В бухгалтерском учете методика создания такого резерва не регламентирована, поэтому на практике предприятия использую правила, установленные НК РФ. Для создания названного резерва необходимо, чтобы истек период в 45 дней со дня наступления срока платежа, установленного договором между участниками сделки. При этом, в резерв сомнительных долгов можно включать: при просрочке оплаты задолженности от 45 до 90 дней — 50% долга; при просрочке оплаты задолженности более 90 дней — всю совокупную сумму долга.

Создание резерва сопровождается признанием его суммы в составе расходов предприятия-кредитора (прочих расходов в бухгалтерском учете и внереализационных расходов – в налоговом учете). Поэтому дальнейшее списание долга при ликвидации фирмы-дебитора будет не признаваться расходом, а уменьшать сумму ранее созданного резерва.

Возможность создания резерва сомнительных долгов как в налоговом, так и в бухгалтерском учете лучше закрепить в учетной политике [3]— тогда не будет споров с проверяющими по поводу обоснованности отчислений в него.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации от 05.08.2000 № 117-ФЗ (в ред. от 09.11.2020).

2. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.94 №51-ФЗ (в ред. от 09.11.2020).

3. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ (в ред. от 26.07.2019).

4. Положение по бухгалтерскому учету «События после отчетной даты» ПБУ 7/98 (в ред. Приказов Минфина РФ от 20.12.2007 №143н, от 06.04.2015 №57н).

5. Как списывает дебиторскую задолженность компания-банкрот.

Информационно-аналитическое электронное издание «Бухгалтерия.ru». [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL https://www.buhgalteria.ru/article/kak-spisyvaet-debitorskuyu-zadolzhennost-kompaniya-bankrot (дата обращения :11.11.2020)
6. Банкротство юридических лиц: пошаговая инструкция, последствия и ответственность. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL https://zen.yandex.ru/media/bankrotof_net/bankrotstvo-iuridicheskih-lic-poshagovaia-instrukciia-posledstviia-i-otvetstvennost-5ce50e20e834f500b3407939 (дата обращения: 11.11.2020)

РАЗВИТИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Книгина Е.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В условиях цифровизации общества различным сферам экономики приходится адаптироваться и приспосабливаться к новым правилам существования. В данной работе автор рассматривает основные направления модернизации бухгалтерского учета в условиях цифровой экономики, а также выделяются проблемы, возникающие в процессе адаптации и предлагаются пути их решения. Ключевые слова: цифровизация, цифровая экономика, бухгалтерский учет, финансовая отчетность, модернизация бухгалтерского учета

Все вышесказанное определяет актуальность выбранной темы.

Цель работы рассмотреть развитие бухгалтерского учета в условиях цифровизации.

Задачи работы изучить влияние цифровой экономики на профессию бухгалтер.

Предмет работы –общественные отношения возникающие в сфере изучения профессии бухгалтер.

Объект работы- цифровая экономика.

С развитием цифровой экономики происходит трансформация всего окружающего мира. Не обошли стороной изменения и бухгалтерский учет. Основные изменения здесь связаны с технологиями хранения и передачи информации.

Развитие цифровых технологий существенно упрощает и ускоряет процессы сбора, обработки, хранения и передачи информации, связанной с финансовой отчетностью организаций. Повышается доступность финансовой отчетности для внешних пользователей. При этом стоит отметить, что развитие практики бухгалтерского учета опережает развитие его методологии. В первую очередь, это связано с внедрением новых инструментов бухгалтерского учета, а также появлением новых форм хранения и передачи информации. Данный факт указывает на то, что развиваются смежные бухгалтерскому учету науки, при этом наблюдается отсутствие нововведений в методологию бухгалтерского учета как науки, которые можно было бы разработать с учетом применяемых цифровых технологий.

Наиболее быстро развивающимся направлением в России является развитие информационной инфраструктуры, благодаря которой и появляются новые способы сбора и передачи данных. В то же время основной задачей бухгалтерского учета в данных условиях является адаптация к новым технологиям. Стоит отметить бесспорное преимущество цифровых технологий. Цифровизация бухгалтерского учета включает в себя создание единой базы данных, благодаря которой сократятся временные и трудовые ресурсы на управление бухгалтерским учетом. Дополнительным достоинством цифровизации является возможность поддерживать дистанционную связь между контрагентами компании, а также внешними пользователями.

Таким образом, переход к цифровизации бухгалтерского учета позволит значительно повысить эффективность выполняемых операций [1].

Основными направлениями модернизации бухгалтерского учета принято считать следующие:

– развитие информационной инфраструктуры, которая направлена на сбор и передачу данных;

– повышение скорости получения и качества обработки учетной информации;

– установление правил учета и отражения в отчетности новых объектов учета, появившихся недавно и связанных с цифровыми технологиями;

– модернизация самой методологии бухгалтерского учета [1].

В процессе цифровизации бухгалтерского учета общество сталкивается с рядом проблем, препятствующих развитию новых технологий [2].

Сюда относится следующее:

– отсутствие на государственном уровне общих правил и норм контроля учетных процессов.

В Положениях по бухгалтерскому учету содержатся лишь общие правила учетных процессов, отдельные же моменты каждое предприятие устанавливает в своей учетной политики.

Унификация всего учетного процесса, вплоть до отдельных нюансов ускорила бы цифровизацию бухгалтерского учета;

– низкая доля специалистов, компетентных в сфере цифровых технологий.

Из-за того, что подготовка специалистов финансового учета направлена на особенности учета тех или иных хозяйственных процессов, не уделяется должного внимания архитектуре программ, с помощью которых осуществляется учет операций.

Сюда же относится сложность к адаптации тех специалистов, которые работают уже более 20-30 лет, для них цифровые технологии могут быть сложны в понимании и применении, также существует мнение, что

цифровизация бухгалтерского учета ведет к тому, что специалистов окончательно заменит программное обеспечение. Для решения данной проблемы необходимо пересмотреть подходы к подготовке специалистов в сфере бухгалтерского учета, сделать упор на изучение современных технологий, возможно предложить курсы повышения квалификации уже действующим специалистам; – высокие риски для предприятий, инвестирующих в разработку новых технологий учета.

Это связано с тем, что из-за проблем, перечисленных выше, инновации могут быть не приняты или затраты на них не окупятся, в результате чего многие компании предпочитают более традиционные методы ведения бухгалтерского учета несмотря на все преимущества новых технологий. Несмотря на перечисленные проблемы, эксперты отмечают, что существует возможность внедрения технологии «блокчейн» в бухгалтерский учет в течение следующих нескольких лет.

Данная мера способна повысить прозрачность отчетности, а также ее доступность для внешних пользователей. В качестве возможных инноваций специалисты выделяют следующие: – тройная запись. Данное нововведение подразумевает учет данных не только по дебету и кредиту организации, но и регистрацию операции в государственном регистре. Таким образом, финансовая отчетность компаний станет доступна всем внешним пользователям, что может обеспечить полную прозрачность деятельности, а также уменьшит затраты на проверку документации; – внедрение умных контрактов.

Данная мера сократит время и трудозатраты на заключение контрактов с контрагентами благодаря электронной подписи. Также стоит отметить снижение рисков неисполнения контракта или обмана благодаря автоматизации процесса исполнения условий контракта и получения платежа. Полная прозрачность всей отчетности существенно снизит вероятность коррупции и намеренного искажения отчетности для изменения финансового результата; – облачное хранение данных компании. Данная

мера позволит отказаться от применения центральных серверов, что сэкономит средства и не скажется на безопасности данных; – отражение отдельных операций в виде транзакций.

Помимо того, что таким образом будут отражаться расчеты с контрагентами, также можно использовать технологии блокчейна для отражения движения активов внутри предприятия.

Таким образом, пользователи смогут получать достоверную информацию в режиме реального времени, а компания существенно сократит свои издержки на учет операций. Проанализировав результаты цифровизации бухгалтерского учета на данном этапе, можно выделить аспекты, которые в наибольшей степени подвержены влиянию цифровизации в данной сфере. Во-первых, это технология получения, хранения и передачи данных в бухгалтерском учете. Во-вторых, это методология самого бухгалтерского учета [3]. Из-за многолетней стагнации в методологическом развитии, бухгалтерский учет особенно остро нуждается во внедрении новых цифровых решений.

На протяжении последних лет профессия бухгалтера остается одной из самых востребованных на трудовом рынке. В последнее время число бухгалтеров, желающих повысить свой профессиональный уровень, неуклонно растет. Это и есть будущее профессии – переход бухгалтеров с низких квалификационных уровней на более высокие, что является позитивной тенденцией развития профессии.

Цель профессиональной деятельности бухгалтера, заявленная в редакции профессии стандартов, четко соответствует той, которая присутствует в Федеральном законе «О бухгалтерском учете» [8]. Речь идет только о регулировании финансового учета и о формировании финансовой отчетности. Это далеко не все функции реального бухгалтера. Бухгалтер должен быть, в первую очередь, глубоким аналитиком, который не только формирует учетную политику и ставит новые задачи, но и занимается информационным обеспечением управленческих решений по самым разным

поводам. Более корректно будет сформировать эту цель иначе, например, «формирование учетно-контрольной и аналитической информации, необходимой для заинтересованных пользователей, для выработки экономических решений.

В условиях «цифровой экономики», «экономики знаний», возможности бухгалтера и аудитора расширяются, при этом и растет круг необходимых этим специалистам компетенций. Потребности работодателей обусловливают необходимость усиления ориентации подготовки бухгалтеров на решение актуальных задач учета, анализа и аудита. Для этого необходима не только гармонизация образовательных программ вузов и профессиональных стандартов, но и использование в учебном процессе последних достижений экономической науки, систематическое повышение квалификации, а также безупречное соблюдение норм профессиональной этики.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что современные тенденции требуют применения цифровых технологий во всех сферах развития экономики. Область бухгалтерского учета наиболее остро нуждается в инновациях.

Одним из способов их внедрения может стать технология блокчейн, которая позволит решить многочисленные проблемы в сфере учета финансово-хозяйственных операций.

В настоящее время бухгалтерская деятельность находится на стадии постепенного освоения и внедрения новых цифровых технологий. С автоматизацией процессов бухгалтерской деятельности большинство компаний пытается оптимизировать и всю договорную деятельность. Цифровизация экономики создает возможности для создания национальной системы бухгалтерского учета, где будут собраны показатели, характеризующие состояние внутренних социально-экономических процессов предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Кириллов А.Ю. Алексеев С.И. Перспективы развития профессий бухгалтера и аудитора в цифровой экономике // Вестник БГУ. 2019. №5. – С.25-31
2. Михайлова Н.К. Трансформация профессий бухгалтера и аудитора под влиянием «Фактора информатизации» // Учет. Анализ. Аудит. 2018. №1. – 219 С.9-17.
3. Носова Н.А. Профессия бухгалтера в будущем // Международный бухгалтерский учет. 2017. №3. – С.15-21.
4. Олифиров А.В. Стратегическое развитие региональных финансовых информационных систем и технологий. В сборнике: Информационные системы и технологии в моделировании и управлении материалы всероссийской научно-практической конференции. Гуманитарно педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» в г. Ялте; Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет "ЛЭТИ". 2016. – С. 238-244.
5. Олифиров А.В. Подготовка будущих финансистов: компетентностный подход В сборнике: Дистанционные образовательные технологии Материалы II Всероссийской научно-практической интернет конференции. 2017. – С. 59-62.

БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ В ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПОТОКАХ

Князев Р.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Цепочки поставок генерируют большие данные. Big data превращает эти данные в реальную информацию.

Большое воздействие электронной коммерции на традиционные розничные сети является лишь одним из заметных примеров революции, основанной на данных, которая сегодня охватывает многие отрасли и бизнесы. Однако немногие компании смогли применить в той же степени методы "Больших данных", которые могли бы изменить то, как они определяют и управляют своими цепочками поставок.

Полное влияние Big data в цепочке поставок сдерживается двумя основными проблемами. Во-первых, это недостаток возможностей. Менеджеры по цепочкам поставок, даже те, кто обладает высокой степенью технического мастерства, имеют мало опыта или вообще не имеют опыта

работы с методами анализа данных. В результате им часто не хватает видения, чтобы увидеть, что возможно создать с помощью анализа больших данных. Во-вторых (и, возможно, более существенно), большинству компаний не хватает структурированного процесса для изучения, оценки и использования возможностей больших данных в своих цепочках поставок.

Большие данные используют и количественные методы для улучшения процесса принятия решений по всем видам деятельности в рамках цепочки поставок. В частности они создают две новые вещи.

1. Расширяет набор данных для анализа за пределами традиционных внутренних данных, хранящихся в системах планирования общеорганизационных ресурсов (ERP) и управления цепочками поставок (SCM).
2. Применяет мощные статистические методы как к новым, так и к существующим источникам данных. Это создает новые идеи, которые помогают улучшить процесс принятия решений по цепочке поставок, начиная с совершенствования операционных решений и заканчивая стратегическим выбором, например выбором правильных моделей функционирования цепочки поставок.

Как правило, планирование уже является процессом, наиболее управляющим данными в цепочке поставок, использующим широкий спектр входных данных, инструментов планирования корпоративных ресурсов (ERP) и планирования SCM. Однако в настоящее время существует значительный потенциал для того, чтобы действительно пересмотреть процесс планирования, используя новые внутренние и внешние источники данных, чтобы сделать реальным формирование спроса и предложения в реальном времени.

Управлении запасами в цепочке поставок можно рассматривать аналогично тому, как управляется электроэнергия: хранение электроэнергии дорого и сложно; энергетические компании привлекают дополнительных потребителей или запускают и останавливают заводы, чтобы обеспечить

сбалансированную энергосистему. Ритейлеры теперь имеют возможность использовать аналогичный подход. Видимость данных о точках продаж (POS), данных о запасах и объемах производства может быть проанализирована в режиме реального времени для выявления несоответствий между спросом и предложением. После этого можно управлять ценами, сроками проведения рекламных акций или выпуском новых продуктов.

Розничные торговцы также могут использовать новые источники данных для улучшения процессов планирования и своих возможностей определения спроса. Например, Blue Yonder разработала методы интенсивного прогнозирования данных, которые теперь используются в розничной торговле, где 130 000 позиций и 200 влияющих переменных генерируют 150 000 000 вероятностных распределений каждый день. Это значительно повысило точность прогноза; позволило лучше понять потребности компании в логистическом потенциале и уменьшило устаревание, обеспеченность запасами и дефициты. Недавний рост облачных сервисов, дают преимущества таким компаниям как Blue Yonder, делая такую деятельность более доступной и для других ритейлеров.

Аналогичным образом, IBM помогла разработать связи между планированием производства и прогнозами погоды для пекарен. Используя данные о температуре и солнечном свете, хлебопекарные компании могут более точно прогнозировать спрос на различные категории продуктов на основе факторов, влияющих на потребительские предпочтения. Amazon, тем временем, запатентовала подход "упреждающей доставки", при котором заказы упаковываются и проталкиваются в сеть доставки до того, как клиенты фактически заказали их.

По-настоящему освоив прогнозирование больших данных, следующий уровень сложности - начать активно формировать спрос. Ведущие интернет-ритейлеры, например, используют аналитику больших данных, данные о товарном стоке и прогнозирование для изменения свойств продуктов, путем

рекомендации клиентам. Это эффективно направляет спрос на товары, которые имеются в наличии на складе.

Рассмотрим применение больших данных в разных логистических потоках:

1)Принятие решений;

Во многих компаниях данные об объемах закупок и поставщиках собираются только для нескольких видов деятельности в процессе поиска поставщиков. Однако данные о поставках выходят за рамки классического анализа затрат и ежегодного обзора эффективности поставщиков. На транзакционной основе процессы поставок могут восприниматься в режиме реального времени для выявления отклонений от нормальных моделей поставок. Фирмы также находят возможности для прогнозного управления рисками. Сопоставляя свои цепочки поставок и используя анализ популярных запросов (Google trend) например: социальные данные о забастовках, пожарах или банкротствах, фирма может отслеживать перебои в поставках на транспорте или у поставщиков 2-го или 3-го уровня и принимать решительные меры перед своими конкурентами.

Анализ данных также может способствовать принятию стратегических решений. В последние годы одна фармацевтическая компания создала базу данных со всеми заявками, поданными на упаковку. Эти данные были оценены для того, чтобы полностью понять структуру затрат этих поставщиков и создать детальные модели затрат для различных типов упаковки. Используя обновленную информацию о ценах на сырье, факторных затратах и использовании производственных мощностей, эти модели могут быть использованы для облегчения выбора наиболее подходящих поставщиков для новых упаковочных проектов. Точно так же компания Caterpillar инициировала конкурс на краудсорсинговом научном сайте Kaggle для моделирования котировок промышленных трубных сборок.

2)Производство

Большие данные и аналитика уже могут помочь улучшить производство. Например, энергозатратные производственные циклы могут быть запланированы с учетом колебаний цен на электроэнергию. Данные о производственных параметрах, таких как мощность, используемые в сборочных операциях или размерные различия между деталями, могут быть архивированы и проанализированы для поддержки анализа первопричин дефектов, даже если они происходят годами позже. Сельскохозяйственные переработчики семян и производители анализируют качество своей продукции с помощью различных типов камер в режиме реального времени, чтобы получить оценку качества для каждого отдельного семени.

Интернет вещей, с его сетями камер и датчиков на миллионах устройств, может позволить другие производственные возможности в будущем. В конечном счете, живая информация о состоянии машины может спровоцировать производство 3D-печатной запасной части, которая затем отправляется дроном на завод, чтобы встретиться с инженером, который может использовать очки дополненной реальности для руководства при замене детали.

3)Склад

Логистика традиционно была очень ориентирована на затраты, и компании с удовольствием инвестировали в технологии, которые обеспечивают конкурентное преимущество. Складирование, в частности, стало свидетелем многих достижений с использованием имеющихся данных ERP. Одним из примеров являются динамические подходы к хранению, которые позволяют эффективно использовать складские помещения и минимизировать расстояния перемещения персонала. Другой пример это склады с высокими стеллажами, которые могут автоматически переставлять поддоны ночью, чтобы оптимизировать графики на следующий день. Компании могут отслеживать эффективность подборщиков в различных областях подбора, чтобы оптимизировать распределение персонала в будущем.

Новые технологии, источники данных и аналитические методы также создают новые возможности в области складирования. Ведущий поставщик вилочных погрузчиков изучает, как вилочный погрузчик может действовать в качестве центра больших данных, который собирает все виды данных в режиме реального времени, которые затем могут быть смешаны с данными ERP и системы управления складом (WMS) для выявления дополнительных отходов в процессе складирования. Например, анализ видеоизображений, собранных автоматизированными управляемыми транспортными средствами, наряду с входными данными датчиков, включая температуру, вес полки и вес погрузчика, может быть использован для мониторинга точности комплектации, производительности склада и точности инвентаризации в режиме реального времени.

4)Транспорт

Грузовые компании уже используют аналитику для улучшения своей деятельности. Например, они используют аналитику расхода топлива для повышения эффективности вождения, технологии GPS, чтобы сократить время ожидания, распределяя складские отсеки в режиме реального времени.

Курьерские компании начали маршрутизацию поставок клиентам в режиме реального времени на основе геолокации их грузовиков и данных о трафике. Например, компания UPS потратила десять лет на разработку своей дорожной интегрированной системы оптимизации и навигации (Orion) для оптимизации 55 000 маршрутов в сети. Генеральный директор компании Дэвид Эбни говорит, что новая система сэкономит компании от 300 до 400 миллионов долларов в год.

Большая аналитика также позволит поставщикам логистических услуг доставлять посылки с меньшим количеством попыток доставки, позволяя им добывать свои данные, чтобы предсказать, когда конкретный клиент с большей вероятностью будет дома. На более стратегической основе компании могут сократить расходы и выбросы углекислого газа, выбрав правильные виды транспорта. Крупный игрок CPG инвестирует в аналитику,

которая поможет ему понять, когда товары должны быть быстро отправлены грузовиком или когда есть время для более медленной доставки баржей или поездом.

5)Продажи

Продвинутая аналитика может помочь розничным торговцам решить, какие продукты размещать в местах с высокой стоимостью, например в проходах, и как долго их там хранить. Это также может позволить им изучить преимущества продаж, достигаемые путем кластеризации связанных продуктов вместе.

Поисковый гигант Google приобрел Skybox, поставщика спутниковых снимков высокого разрешения, которые можно использовать для отслеживания автомобилей на автостоянке, чтобы предвидеть спрос в магазине. Другие исследовали использование беспилотных летательных аппаратов, оснащенных камерами, для мониторинга уровня запасов на полках магазинов.

Тема, которая все еще остается сложной для многих розничных торговцев - это обнаружение и предотвращение отсутствия запасов. На развитых рынках ручные проверки обходятся дорого, в то время как RFID-метки все еще стоят слишком дорого, чтобы их можно было применять к отдельным продуктовым товарам. Вместо этого ритейлеры теперь отслеживают активность продаж по отсутствующим на складе индикаторам. Если товар, который обычно продается каждые несколько минут, не появляется на кассах, срабатывает оповещение, чтобы человек проверил, нет ли товара на полке. Кроме того, тестируются и другие инновационные технологии, включая установку легких или весовых датчиков на полках магазинов, а также использование встроенных камер для контроля уровня запасов на полках магазинов.

Большие данные уже помогают ведущим организациям трансформировать эффективность своих цепочек поставок. Однако сегодня такие подходы являются скорее исключением, чем нормой. Отсутствие

возможностей и отсутствие структурированного подхода к цепочке поставок больших данных сдерживает многие компании. Для того чтобы большие данные и передовые аналитические инструменты приносили больше пользы большему числу компаний, этим организациям необходим более системный подход к их внедрению.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Большие данные [Электронный ресурс]: Википедия. Свободная энциклопедия. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Большие_данные (дата обращения: 05.10.2020).
2. Виктор Майер-Шенбергер, Кеннет Кукьер. Большие данные. Революция, которая изменит то, как мы живём, работаем и мыслим / пер. с англ. Инны Гайдюк. – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2014. – 240 с.
3. Френкс Билл. Укрощение больших данных: как извлекать данные из массивов информации с помощью глубокой аналитике / пер. с англ. Андрея Баранова. – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2014. – 352 с.

ОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ГЛАВНЫЙ КУРС РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Корнилов Г.Н.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Облачные вычисления сегодня широко применяются во всем мире, во всех различных сферах. Все больше программного обеспечение переходит в «облако» и все меньше предприятий желают содержать собственную техническую инфраструктуру для обеспечения работы программного обеспечения.

Выделяют следующие варианты предоставления услуг облачных вычислений:

- Программное обеспечение как услуга (SaaS) – пользователю предоставляется прикладное программное обеспечение и инфраструктура

для его жизнедеятельности по средству устройства пользователя или тонкого клиента, например из браузера.

- Платформа как услуга (PaaS) – пользователю предоставляется облачная инфраструктура для размещения там собственного программного обеспечения и последующий работы с ним.
- Инфраструктура как услуга (IaaS) – пользователю предоставляется облачная инфраструктура, возможность самостоятельно контролировать операционные системы, виртуальные системы хранения данных и установленные приложения, а также обладать ограниченным контролем за набором доступных сетевых сервисов.

Исходя из определений, можно составить более краткое определение обязанностей провайдера и пользователя, непосредственно проецируя данные варианты на облачные технологии в бухгалтерском учете:

- Программное обеспечение как услуга (SaaS):

Провайдер – техника, ОС, ПО, СУБД (Система управления базами данных)

Пользователь – только потребление услуг

- Платформа как услуга (PaaS):

Провайдер – техника, ОС, СУБД

Пользователь – ПО

- Инфраструктура как услуга (IaaS):

Провайдер – техника

Пользователь – ОС, ПО, СУБД

Несложно догадаться, что вариант программного обеспечения как услуги (SaaS) наиболее распространен, так как является готовым решением различных задач, в рамках бухгалтерского учета это наиболее актуально. Темпы роста облачных сервисов в России сегодня значительно превышают мировые, однако доля непосредственно российского рынка в общем рынке облачных сервисов довольно мала, около 0,4% на конец 2020 года.

Наиболее выгодна облачная бухгалтерия для предприятий с распределенной или филиальной сетью, благодаря этому любой сотрудник

сможет работать в единой информационной базе, а расходы на поддержание этой экосистемы будут значительно снижены. Облачное ведение бухгалтерии также выгодно и для самого бухгалтера, в эпоху, когда профессия плавно переходит в фриланс, облачные технологии просто необходимы. Ведь теперь бухгалтер не только может осуществлять свою деятельность имея только компьютер и стабильное соединение с интернетом, теперь ему значительно проще обслуживать несколько предприятий.

По сути, на уровне непосредственного использования, облачное программное обеспечение представляет собой все тот же функционал продуктов по типу 1С Бухгалтерия, Инфо-Предприятие, Бухсофт, Парус и т.д., однако имеет ряд преимуществ, выделим самые главные:

- Не нужно резервировать базу данных на случай неисправности собственных носителей информации.
- В рамках пользования облачными услугами оплата идет в форме подписки, предприятию не нужно выкупать полную лицензию программного продукта.
- Обновление и настройка программного обеспечения в связи с изменениями законодательства также больше не является проблемой предприятия.
- Возможность приступить к работе из любого места, где есть стабильное и защищенное сведение с интернетом является привлекательным для управленческих профессий, в практике которых часто встречаются не нормированные рабочие дни.
- Не нужно пользоваться дополнительным программным обеспечением чтобы сдавать отчеты в государственные органы.

Стоит также отметить присущие любым облачным технологиям недостатки:

- Необходимость непрерывного и защищенного подключения к интернету.
- При возникновении малейших ошибок на удаленном сервере проблемы могут возникнуть у всех пользователей.

- Проблемы с обеспечением информационной безопасности данных клиентов.

На сегодняшний день некоторые крупные компании, специализирующиеся на прикладном программном обеспечении в области бухгалтерского учета, уже предлагают свои решения для оптимизации учета с помощью облачных вычислений. Примером здесь послужить облачный сервис 1С Fresh от компании 1С. При всем этом ещё рано говорить, что облачные сервисы, специализированные на бухгалтерском учете, в полной мере развиты. Чтобы понять, какие есть перспективы у развития облачных сервисов в области учета, нам достаточно проанализировать те не специализированные на бухгалтерском учете сервисы, которые активно применяются в процессе обеспечения учета. Стоит также отметить, что все перечисленные сервисы распространяются SaaS вариантом предоставления услуг.

Перечислим различные виды сервисов, которые на практике используются компаниями для ведения бухгалтерского учёта:

- Файлообменники – создание, хранение и обмен файлами между сотрудниками, где предоставление доступа осуществляется реферальной ссылкой для получателя, не выходя за рамки облачного сервиса, очень удобно и снижает вероятность утечки информации.
- Планировщики – различные органайзеры, планировщики-календари, где удобно составлять и распространять расписание различных рабочих моментов, влияющих на бухгалтерский учёт.
- CRM – различные автоматизированные системы взаимодействия с клиентами уже широко применяются и в некоторых случаях могут понадобиться в процессе ведения бухгалтерского учёта.
- Тайм-трекеры – тренд удаленной работы своей популярностью породил новый тренд, а именно использование программ тайм-трекеров при работе с удаленными сотрудниками, что также можно использовать в процессе расчета заработной платы.

- Коммуникации сотрудников – когда в компании множество удаленных сотрудников, нужно выстраивать эффективную систему коммуникаций между этими сотрудниками.

В практике бухгалтерского учета различные облачные сервисы встречаются постоянно, их количество и возможности применения продолжают расти. Таким образом облачным технологиям в бухгалтерском учете ещё есть куда развиваться, например в рамках создания единой специализированной платформы, аккумулирующей все востребованные функции и преимущества облачных вычислений.

На фоне пандемии коронавируса довольно большой масштаб приобрел переход офисных сотрудников на удаленную работу, штатная бухгалтерия не исключение. Однако и без этого содержание штатной бухгалтерии довольно затратно для предприятий, из-за чего многие из них отдают ведение учета аутсорсинговым компаниям.

Аутсорсинг является полной передачей бухгалтерского учета сторонней организации и кажется самым простым решением в вопросе ведения бухгалтерского учета, однако при всем этом довольно скромно развит на текущий момент, также стоит разделить его на две значительные части – это:

- Частные бухгалтеры
- Фирмы аутсорсеры

Услугами первых чаще всего пользуются микропредприятия и индивидуальные предприниматели, для данных клиентов первоочередным является минимальный штат сотрудников и низкая стоимость оказания услуг по ведению бухгалтерского учета. Также нельзя недооценивать частных бухгалтеров на рынке аутсорсинга бухгалтерских услуг, согласно некоторым подсчетам, они составляют практически половину данного рынка услуг.

У классического аутсорсинга бухгалтерии, то есть передачи ведения учета фирмам аутсорсерам выделяют следующие ключевые недостатки:

- Штатный бухгалтер на практике часто выполняет различные мелкие функции секретаря, юриста, кадровика, фирма аутсорсер за любые не оговорённые функции будет выставлять счет.
- Риск получения некачественных услуг, передавая бухгалтерию на аутсорсинг, предприятие не может знать, насколько профессионален исполнитель.
- Аутсорсинговая компания все равно не может забрать на себя весь учет, работа с первичной документацией все ещё остается на плечах предприятия.
- Невозможность в полной мере контролировать процесс учета.

Ориентация программного обеспечения в сфере бухгалтерского учета и бухгалтерского учета в целом на облачные технологии крайне привлекательна для предпринимателей в сфере малого бизнеса, что положительно скажется на развитии малого бизнеса в России в целом. Ведь теперь предприниматель может сам или с помощью отдела кадров нанять бухгалтера, после чего, лишь предоставив ему доступ к своей облачной бухгалтерии, мгновенно дать ему все необходимое для работы, а сам предприниматель, имея такой же полный доступ к облачной бухгалтерии, будет ощущать весь учет в непосредственной близости и при полном контроле.

Главными сложностями для всего этого до сих пор остаются невозможность получения доступа к облачному сервису без стабильного подключения к интернету и угроза утечки коммерческой тайны. Если первое постепенно сходит на нет по мере внедрения всеобщего широкополосного интернет соединения, то на помощь со второй проблемой может прийти блокчейн технология с её полностью реплицированной распределённой базой данных, где доступ будет принадлежать только сотрудникам предприятия и государственным органам. На фоне пандемии коронавируса облачные сервисы получили широкое распространение и доказали выгодность подписочной формы предоставления услуг для всех. Сфера

бизнеса наиболее чувствительна к подобному и мгновенно перенимает эти тренды, а бухгалтерский учет, как одна из самых главных её составляющих, не исключение, поэтому, уже в ближайшие годы, можно ожидать бурное развитие бухгалтерского учета в сфере облачных технологий. Ориентация прикладного программного обеспечения в области бухгалтерского учета на облачные технологии — это важный шаг бухгалтерского учета в рамках цифровой экономики, ведь бухгалтерия в облаке использует все инновации в учете и в лучшую сторону меняет саму профессию бухгалтера.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Красюк В.А. Основные преимущества использования облачных технологий в бухгалтерском учете // Новая наука: от идеи к результату. 2015. С. 105-108.

2. Облачная бухгалтерия (2019) // Термины. РБК. Audit-it.ru: https://www.audit-it.ru/terms/accounting/oblachnaya_bukhgalteriya.html (дата обращения: 10.11.2020).

3. Почему бухгалтерский аутсорсинг не работает (2019) // Финансы. vc.ru: URL: https://vc.ru/finance/59635-pochemu-buhgalterskiy-autsorsing-ne-rabotaet (дата обращения: 10.11.2020).

4. Сокерин П.О. Применение облачных технологий в бухгалтерском учете // Молодежный сборник научных статей «Научные стремления». 2019. С. 72-73.

5. Что такое облачные программы и зачем они бухгалтеру (2020) // Автоматизация учёта. Klerk.ru: URL: https://www.klerk.ru/blogs/scloud/497068/ (дата обращения: 10.11.2020)

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РОЛИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ

Короткова Д. С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Социальные сети являются важной частью жизни современного человека, а в особенности – современной молодежи. В феврале 2020 года опубликован отчет о состоянии цифровой сферы Digital 2020, который ежегодно готовят We Are Social и Hootsuite. Он подтверждает, что

информационные ресурсы, в том числе и социальные сети, стали важной составляющей жизнедеятельности людей [1].

Численность аудитории социальных сетей в Российской Федерации на начало 2020 года составила около 70 миллионов пользователей, что составляет примерно 48% от всего населения страны. Значение с прошлого года практически не изменилось. Среднестатистический россиянин тратит на социальные сети 2 часа 26 минут в день, что на 10 минут больше, чем в прошлом году [2].

В январе 2020года у 87% россиян на смартфонах были установлены мессенджеры, а приложения социальных сетей — у 92% пользователей мобильных телефонов. Самое популярное мобильное приложение в России по количеству пользователей — WhatsApp. За ним следует Viber, и замыкает тройку лидеров приложение ВКонтакте. При этом именно в мобильном приложении ВКонтакте россияне тратят больше всего денег. Facebook, Instagram и Snapchat сообщили о росте рекламной аудитории за последние несколько месяцев, даже среди пользователей в возрасте от 13 до 17 лет. Например, на начало 2020 года в России рекламная аудитория Instagram составила 44 миллиона человек, что равно 36% от всего населения страны.

По результатам отчета можно утверждать, что вопрос о зависимости молодых людей от использования социальных сетей в настоящее время является довольно обсуждаемым и проблемным.

В рамках статьи проанализировано влияние социальных сетей на людей выбранной нами возрастной категории, а также роль данных серверов в жизни молодежи. Для этого было проведено онлайн анкетирование студентов различных направлений Национального исследовательского Нижегородского государственного университета имени Н.И. Лобачевского, преподавателей, а также близких родственников и друзей опрашиваемых. Данные относятся к периоду с 17 до 28 октября 2020 года.

В опросе приняли участие 425 человек. Наибольшую долю среди опрошенных занимают лица женского пола – порядка 68 процентов. На

первом месте по количеству ответов оказались лица в возрасте от 18 до 20 лет – 58 %. На втором месте – в возрасте от 21 года до 24 лет – 25 %. Третье, четвертое и пятое место заняли возрастные категории младше 18 лет (7%), от 25 до 35 лет (6%) и старше 35 лет (4%) соответственно.

Ниже рассмотрены причины, по которым молодежь занимает значительную долю в сети интернет.

Во-первых, молодое поколение наиболее быстро адаптируется к внедрению и освоению новых технологий, в особенности в информационной сфере.

Во-вторых, молодежь, являясь более компетентной в использовании сети Интернет, осознает возможности, которые открывают перед ними социальные сети, в первую очередь, заработка. Такие социальные сети, как Инстаграм или Тикток являются неплохими источниками дохода, например, с продажи рекламы для различных брендов, курсов, музыкальных исполнителей и т.д.

В-третьих, молодые люди чаще стремятся заводить новые знакомства.

Абсолютное большинство, а именно 99.5% опрошенных, ответили утвердительно на вопрос о наличии аккаунтов в различных социальных сетях. Наиболее популярными социальными сетями и мессенджерами следи опрошенных оказались социальные сети Vkontakte и Instagram, набрав 96% и 86.6% соответственно. За ними следуют мессенджеры WhatsApp (74.8%) и Viber (71.5%). Третью позицию заняли Facebook (46.6%) и TikTok (38.8%). На последнем же месте оказались Twitter (30.6%), Одноклассники (23.1%) и другие социальные сети и мессенджеры (14.8%).

Рейтинг наиболее часто используемых социальных сетей также возглавляют Vkontakte и Instagram (86.8% и 66.8% соответственно). После них расположились WhatsApp (32.5%), Viber (22.8%) и TikTok (21.2%). Далее следуют Telegram, YouTube, Zenly и другие (9.9%). Наименее используемыми оказались Twitter (5.9%), Facebook (4.2%) и Одноклассники (1.6%).

Чаще всего социальные сети используются для общения с близкими, развлечений и чтения новостей (96.2%, 74.4%, 66.8% соответственно). Далее идет поиск информации (54.1%), а также набравшие примерно одинаковое количество голосов работа (27.8%) и мониторинг страниц знакомых (27.3%). Наименьшее предпочтение в выборе социальных сетей для достижения поставленных целей респонденты отдали поиску новых знакомств (10.8%) и другим вариантам (2.6%), такими как учёба, творчество и так далее.

Как показал опрос, наибольшая часть людей проводят в социальных сетях от 3 до 6 часов в день (40%). Немного проигрывает им группа лиц, проводящих в сети от 1 до 3 часов (36%). Третье место по количеству ответов занимают лица, проводящие в сети от 6 до 8 часов в день (13%). За ними следуют респонденты, указавшие вариант более 8 часов наиболее подходящим для себя (7%), и последнюю позицию занимают лица, использующие социальные сети не более 1 часа в день (4%),

Большинство опрошенных считают, что они проводят в сети слишком много времени, чем того бы хотелось (54%), 36% респондентов же ответили на данный вопрос отрицательно, а еще 10% затруднялись с ответом.

Порядка 88% респондентов полагают, что живое общение находится в приоритете над общением с социальными сетями. Противоположной точки зрения придерживают 12% опрошенных.

Данная тема является довольно обсуждаемой в наши дни, ведь многие люди действительно отдают предпочтение виртуальному общению. Во-первых, это мгновенный обмен информацией, во-вторых, не нужно тратить время на то, чтобы устроить встречу и подготовиться к ней, в-третьих, благодаря социальным сетям мы можем общаться с людьми в любой точке мира. Кроме того, не нужно забывать о замкнутых, неуверенных в себе людях, которым достаточно тяжело дается живое общение, поэтому социальные сети становятся для них своего рода «спасательным кругом» и попыткой взаимодействия с людьми.

Автор статьи отдает предпочтение живому общению, но не отрицает, что социальные сети и мессенджеры сильно упрощают современную жизнь. Более того, информация остается в переписке и ее невозможно забыть, а при необходимости можно легко уточнить намеченные планы, которые были обсуждены в диалоге.

Значительная часть респондентов (80%) считает, что социальные сети не могут заменить живое общение. Радиально противоположную точку зрения приняли 12% опрошенных, еще 8% затруднились с выбором ответа на поставленный вопрос.

Дискуссии на данную тему действительно имеют место быть. Иногда виртуальное общение является вынужденной мерой, когда люди находятся далеко друг от друга. Кроме того, некоторые социальные сети и мессенджеры оснащены функцией видеозвонка, соответственно, предоставляется возможность видеть и слышать человека.

Скорее всего живое общение заменить просто невозможно, так как такое чувство, как эмпатия наиболее чётко и понятно передается только при личной встрече с человеком. Интернет - лишь средство упрощения жизни, наш помощник, но не должен становиться альтернативой повседневной жизни

Большая часть опрошенных (72%) откажется прекратить использование социальных сетей из-за находящихся в сети контактов и информации, 23% опрошенных считают, что это не составит для них трудности, поэтому они с легкостью готовы пойти на этот шаг, 1% респондентов откажется от данного предложения из-за нежелания терять свой рейтинг в социальных сетях. Около 4% респондентов указали наличие других вариантов ответа, таких, как отсутствие эксплуатации социальных сетей в целом, непонимание причины, частое выполнение подобной процедуры с целью увеличения эффективности выполнения работы и так далее.

В случае перехода социальных сетей на платную основу эксплуатации 59% респондентов готовы продолжить использование в случае установления умеренной цены, 34% откажутся от дальнейшего пользования. Еще 7% продолжат эксплуатацию вне зависимости от уровня цен.

Как можно заметить, большая часть опрошенных всё-таки не способна окончательно отказаться от использования социальных сетей по различным причинам. Это говорит о том, что социальные сети являются важной частью жизни людей.

На вопрос о наличии зависимости от социальных сетей было получено наибольшее количество отрицательных ответов (47%). Вторую строчку уверенно занимает положительный вариант ответа (32%). Еще 21% респондентов не смог определиться с выбором.

Исходя из полученных ответов, можно сделать вывод, что социальные сети играют существенную роль в жизни молодых людей. Об этом свидетельствует количество времени, проводимого в социальных сетях, а также многочисленные цели их использования.

Вместе с этим практически половина опрошенных признает наличие у них зависимости от социальных сетей. Термин «зависимость от социальных сетей» психологи выделили относительно недавно, когда популярность данных платформ начала стремительно нарастать. Люди проводят в сети все больше и больше времени. По утверждению психологов, социальные сети зомбируют людей [3].

В основе зависимости лежит неуверенность в себе, низкая самооценка, желание самовыражения и многочисленные комплексы. Особенно зависимость опасна для молодых людей, чья психика находится на стадии формирования. Посредством социальных сетей у них создается впечатление, что дружбу, любовь и уважение можно заполучить нажатием кнопки. В реальной жизни они оказываются не готовы столкнуться с тем, что нужно проявить терпение, поэтому часто бывают импульсивны и вспыльчивы в принятии важных решений.

По результатам проведенного анкетирования можно сказать, что ситуация некритична. Третья часть опрошенных нами признает наличие зависимости от социальных сетей. А, как известно, признание проблемы – первый шаг на пути к ее решению. Кроме того, респонденты, которые не смогли определиться с выбором ответа, наверняка задумались над тем, какое место данные серверы занимают в их жизни и, возможно, пересмотрят свою точку зрения относительно их частого использования.

Роль социальных сетей и интернета в целом сложно переоценить в жизни современных людей. Если интернет прекратит свое существование, наступит хаос, ведь на сегодняшний день это очень важный инструмент для человечества. Однако интернет и его ресурсы никогда не заменят живого общения между людьми, и так и останется лишь способом упрощения различных процессов повседневной жизни.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Diginal 2020: обзор глобального цифрового рынка. - URL: https://blog.sibirix.ru/2020/04/07/global-digital-report-1/

2. Сергеева Ю. Вся статистика интернета на 2020 год - цифры и тренды в России и мире – URL: https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy/ (Дата обращения: 02.11.2020)

3. Бирюков А. Б. Зависимость от социальных сетей. - https://cyberleninka.ru/article/n/zavisimost-ot-sotsialnyh-setey/viewer (Дата обращения: 09.11.2020)

4. Бурко, Р. А. Социальные сети в современном обществе / Р. А. Бурко, Т. В. Терёшина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2014. — № 7 (66). — С. 607-608. — URL: https://moluch.ru/archive/66/11009/ (Дата обращения: 26.10.2020)

ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

Кочкина А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность выбранной мною темы обусловлена современными тенденциями к всеобщей компьютеризации, замене человеческого труда инновационными технологиями и переходом к цифровой экономике. При изучении данной темы возникает проблема выбора между тотальным переходом на компьютерные системы или сохранением кадров, а также эффективности каждого метода.

Бухгалтерский учет тоже испытывает изменения, в которых используются инновационные процессы создания, хранения и передачи информации. Безусловно, непосредственное влияние на скорость и качество данных процессов оказывает развитие цифровых технологий. Тем не менее, следует отметить тот факт, что методология и инструментарий бухгалтерского учета не всегда соответствуют современным реалиям, в силу чего возникает ряд проблем, связанных с внедрением цифровых решений.

Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [1], утвержденная Правительством России на срок с 01.10.2018 по 31.12.2024 годы, определяет понятийно-категориальный аппарат в области цифровой экономики, цели и задачи ее внедрения и развития. В государственной программе «Цифровая экономика Российской Федерации» одной из важных целей считается воспроизведение среды цифровой экономики, при этом обозначаются два важнейших аспекта- данные в цифровой форме выступают ключевым фактором во всех областях социально-экономической деятельности, цифровая среда способствует максимально эффективному сотрудничеству научно-образовательного сообщества, бизнеса, государства и граждан [2].

Благодаря различным научным исследований в области цифровизации бухгалтерского учета, были определены два направления данной технологии:

– технология получения, хранения и передачи необходимой информации адресатам в бухгалтерском учете;

– методология систематизации информации.

Первая технология включает в себя использование современных информационных систем, связанных с созданием, функционированием и обслуживанием баз данных в бухгалтерском учете. На развитие таких информационных систем оказывают непосредственное влияние инновации в технической базе и оборудовании, влекущие за собой создание новых информационных потребностей, инновации в автоматизированных информационных системах.

Метод бухгалтерского учета заключается в познании его элементов, которыми являются документация, инвентаризация, счета, двойная запись, оценка, калькуляция, баланс и отчетность. Цифровизация бухгалтерского учета способствует тому, что любой момент хозяйственной деятельности записывается в базу данных в виде комплекса реквизитов, среди которых реквизиты счетов, дебета и кредита. Поскольку они записаны двоичным кодом, возможно использование более чем двух счетов. По мере возрастания числа реквизитов, например, аналитических счетов, счетов бухгалтерского учета, управленческой и иной информации, весь информационный массив удобнее обобщить, классифицировать и представить для применения в формате, отличном от того, который достигается при ручном внесении данных.

Одним из наиболее эффективных и новейших инструментов цифровизации бухгалтерского учета может стать технология блокчейн. Данная технология действительно успешно развивается в настоящее время. Технология блокчейн делает возможным хранение данных о финансовых операциях, юридических обязательствах, правах собственности, обеспечивая полную прозрачность и всеобщую доступность для ознакомления, надежно

защищая от любого взлома информации. Все чаще в настоящее время отдельные элементы данной технологии применяются как в частных компаниях, так и на уровне государства.

Суть технологии блокчейн заключается в выстраивании по определенным правилам непрерывной последовательности блоков. Каждый блок системы имеет прямую связь с предыдущим блоком, закрепленную цифровой подписью. Технология блокчейн имеет ряд достоинств, наиболее широко применяемых в области финансов, таких как: прослеживаемость финансовых операций и трансакций на сайте, сохранность данных при помощи постоянной цифровой записи, доступ каждого участника к актуальной копии базы данных; скорость и надежность выполняемых операций, защита операций и пользователей благодаря децентрализации данных между серверами.

Бухгалтерский учет, наряду с финансовым анализом и финансовым аудитом выступают одними из наиболее успешных сфер внедрения технологии блокчейн. Преимущества внедрения цифрового бухгалтерского учета в организациях также могут быть успешны в использовании, однако, следует отдавать отчет в том, что понадобится ряд существенных мер, способствующих переходу к полной цифровизации, включающих как подготовку, обычение квалифицированных кадров, так и внедрение самих информационно-коммуникационных технологий, в том числе подготовку необходимого оборудования, процессов, ресурсов, информационной базы.
Безусловно, технология блокчейн имеет преимущества в использовании, но также можно вынести основные проблемы, связанные с ее внедрением-они требуют внесения изменений и корректировок в систему нормативно-правового регулирования, информационного обеспечения, кадровых перестановок.

После отмеченных преимуществ и проблем с внедрением технологии блокчейн, следует отметить отметить ряд направлений развития данной технологии:

1. Тотальное изменение системы бухгалтерского учета в организациях.

Изменение учетной политики в организациях различного типа. В настоящее время существуют три типа предприятий [3]:

– традиционные организации, ведущие деятельность в обычном режиме, но при этом применяющие современные технологии для решения тех или иных бизнес-задач;

– организации, которые ведут деятельность и взаимодействуют с клиентами только посредством сети Интернет и различного рода виртуальных каналов;

– Интернет-организации, не привязанные к физическому активу. Их количество постоянно растет, включая различные инновационные проекты

2. Использование цифрового актива в качестве инновационного объекта бухгалтерского учета.

Цифровые активы выступают одним из видов нематериальных активов, связано с учетом информации об объектах, которые не имеют материально-вещественной формы(например, франшиза, торговая марка) их можно рассматривать как цифровые активы, но при этом они иногда не являются учетными объектами, и кроме того, возникает проблема оценки их стоимости. Ряд вопросов связан и с интеллектуальным капиталом, а именно с его учетом и оценкой его стоимости.

3. Появление новых цифровых валют.

На уровне российского законодательства предпринимаются попытки закрепления в качестве платежных средств таких цифровых финансовых активов как токен, криптовалюта и ряд другие, а виртуальные организации, осуществляющие майнинг и прочие действия, приобретут статус полноценных участников финансового рынка цифровых активов.

4. Рост компетентности кадров.

Профессии бухгалтера в цифровой экономике безусловно будут необходимы новые компетенции: он будет должен выполнять определенные задачи бизнеса организации, решать вопросы оценки рисков, владеть знаниями в области экономики, а это потребует постоянного повышения квалификации и

самосовершенствования. С уверенностью можно сказать, что профессия бухгалтера не может исчезнуть, однако, она должна будет соответствовать новым реалиям бизнеса в условиях цифровой экономики.

В эпоху цифровой экономики невероятно важным активом являются знания. Они играют ключевую роль в устойчивом экономическом развитии компаний различных отраслей. В связи с этим, целесообразно формировать новые подходы к разработке стратегий развития бизнеса, основанных на современных инструментах и методах интеграции корпоративных знаний в систему управления компанией. Управление знаниями, как одно из наиболее важных направлений деятельности в системе управления, должно быть сфокусировано на формировании интеллектуальных ценностей, развитии организационного, потребительского и человеческого капитала предприятий. Интенсивное использование интеллектуальных активов предоставляет возможности для формирования внутренних и внешних компетенций, которые совместно образуют систему ключевых компетенций компании. Благодаря знаниям и новым возможностям, учетные кадры могут совершенствовать свою работу и приносить оценимый вклад в деятельность организации, что является одним из важнейших аспектов работы.

Развитие цифровой экономики оказывает значительное влияние на внутреннюю и внешнюю среду современного бизнеса и в целом повседневной жизни. Происходят кардинальные изменения в сфере информационно-коммуникационных технологий, которые отражаются на различных направлениях деятельности компаний.

Положение организаций на рынке в условиях цифровой экономики становится все более сложным, высоки риски и уровень неопределенности при принятии стратегических решений. Данная ситуация напрямую объединена с неустойчивой конъюнктурой из-за динамичных изменений на технологическом уровне, ростом интенсивности конкуренции, усилением присутствия государства в экономике.

Технологические изменения, свойственные цифровой экономике, создают новые рыночные правила игры, что касается как производителей, так и потребителей. В цифровой экономической среде компаниям необходимо непрерывно искать новые конкурентные стратегии и повышать эффективность конкурентной борьбы. Технология блокчейн может несомненно помочь в развитии цифровизации бухгалтерского учета блок и внедрить максимальную сохранность данных при помощи постоянной цифровой записи.

Безусловно, развитие цифровой экономики и бухгалтерского учета в России с каждым годом будет выходить на новый уровень. Внедрение цифровых технологий на всех уровнях экономики, включая развитие нормативно-правовой базы и создания условий для применения, затрагивает и будет затрагивать большинство сфер деятельности. Сфера бухгалтерского учета, являясь одной из наиболее консервативных, требует особого подхода и разработок. Необходимо обучать бухгалтеров, активно внедрять цифровые технологии на предприятиях, разрабатывать законодательную базу, решать возникающие в процессе внедрения проблемы. Конкурентное преимущество организаций будет на стороне владеющих информационно-коммуникационными технологиями. Для того, чтобы успешно развиваться в новых условиях, компаниям следует динамично наращивать свою компетентность в области цифровых информационных технологий. Базовые направления повышения компетентности как на индивидуальном, так и на организационном уровне завязаны на новые источники получения информации о внешнем окружении, новые каналы передачи информации и новые критерии оценки производительности деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» (утв. президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам 24 декабря 2018 г. N 16) (Дата обращения: 24.11.2020)

2. Ермакова Н.А. О некоторых проблемах бухгалтерского учета в цифровой экономике // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук: 2018. С. 33-37 (Дата обращения: 26.11.2020)
3.Бойко И.П., Евневич М.А., Колышкин А.В. Экономика предприятия в цифровую эпоху // Российское предпринимательство. 2017. Т. 18. № 7. С. 1135-1136 (Дата обращения: 24.11.2020)

ЦИФРОВИЗАЦИЯ РЕКРУТИНГА НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ ЧАТ-БОТОВ

Курочкина Е.С.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Не все компании одинаково затронуты нынешним глобальным кризисом. Некоторые из них уже понесли значительные убытки, а некоторые - не успевают за взлетевшим спросом. В условиях экономической неопределенности, более жесткой, чем когда-либо, и быстро меняющейся рыночной динамикой, перед топ-менеджментом организаций возникает проблема грамотной организации дальнейшей деятельности и выстраивания рационального пути развития компании в современных условиях.

Так или иначе, сейчас - самое время для выявления сильных и слабых сторон существующих стратегий, постановки таких вопросов, ответы на которые помогут компании сохранять устойчивое положение на рынке в нестабильные времена.

Независимо от того, идет речь о краткосрочных мерах по обеспечению уверенности в настоящий момент или о долгосрочных планах, поддерживаемых бизнес-лидерами для обеспечения безопасности в будущем, в первую очередь речь будет идти о цифровизации, которая является движущей силой восстановления и повышения устойчивости любой организации.

Актуальность темы обусловлена тем, что в современных реалиях цифровизация бизнес-процессов организаций – это необходимость,

продиктованная сложившимися условиями неопределенности и неустойчивости экономического мира, которые определяют потребность в наращивании цифрового потенциала организаций.

Цель статьи – обозначить необходимость и предложить инструмент цифровизации процесса рекрутинга.

Среди задач были выделены следующие:

- рассмотреть понятие цифровизации в условиях неопределенности;
- исследовать статистику внедрения инноваций разных стран;
- изучить концепцию и преимущества использования чат-ботов;
- отразить необходимость цифровизации процесса рекрутинга с помощью чат-ботов.

В качестве объекта исследования был выбран процесс поиска, подбора и отбора персонала, в качестве предмета – его цифровизация с использованием виртуальных помощников.

Гипотеза исследования заключается в том, что разработка и применение универсальной модели коммуникации HR-специалистов и соискателей с помощью чат-ботов будет способствовать их более эффективному взаимодействию, снизит экономические и временные затраты организации, повысит лояльность кандидатов к потенциальному работодателю.

1. Цифровизация в условиях неопределенности

Есть ли способ, который позволит организации уверенно справляться с неопределенностью и изменениями? Есть ли путь, по которому организация может безбоязненно двигаться вперед, независимо от внешних условий и обстоятельств?

Несомненно, время диктует свои правила. Мы постоянно слышим об экспоненциальных технологиях, революционных инновациях и цифровой трансформации. Мы находимся в эпицентре быстроменяющегося цифрового мира, и, очевидно, чтобы оставаться в строю, необходимо действовать быстро и, что немаловажно, в правильном направлении.

Многие компании откладывают свои инвестиции в цифровую трансформацию, стараются сохранить «инвестиционную подушку безопасности» как раз в то время, когда эти инициативы больше всего необходимы. Многие крупные бренды откладывают расширение бизнеса и наем новых сотрудников, сокращают финансирование инноваций и приостанавливают программы модификаций. В это же время другие акцентируют внимание и направляют финансовые потоки на разработки и инструменты, которые позволят усилить устойчивость компании к экономическим перепадам в условиях неопределенности сейчас и в будущем.

Поскольку цифровые технологии играют важнейшую роль во всех сферах жизни, вопросы инновационного развития волнуют не только руководителей организаций, но и лиц, возглавляющих страну. Поэтому регулирование данных процессов рассматривается на государственном уровне.

«В рамках реализации Указа Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», в том числе с целью решения задачи по обеспечению ускоренного внедрения цифровых технологий в экономике и социальной сфере, Правительством Российской Федерации на базе программы «Цифровая экономика Российской Федерации» сформирована национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» утвержденная протоколом заседания президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам от 4 июня 2019 г. №7.

Основными целями национального проекта «*Цифровая экономика*» являются увеличение внутренних затрат на развитие цифровой экономики за счёт всех источников не менее чем в три раза по сравнению с 2017 годом; создание устойчивой и безопасной информационно-телекоммуникационной инфраструктуры высокоскоростной передачи, обработки и хранения

больших объёмов данных, доступной для всех организаций и домохозяйств…»[1].

Вопросы цифровизации выносятся на повестку дня во всем мире. Ведется статистика и исчисление темпов роста инновационных внедрений почти всех стран. Согласно рейтингу государств в соответствии с индексом «Изменение цифровых экономик во всем мире (Digital Economies Vary Across the World, DEVAW)»[2], Россия находится на 5 месте по темпу развития цифровизации экономики, уступая таким государствам как Китай, Малайзия, Боливия, Кения (Рисунок 1):

Рисунок 1 - Оценка лидирующих стран мира по индексу оценки развития цифровизации (по состоянию на 2017 г.)[2]

В соответствии с индексом оценки состояния цифровизации экономик лидирующими государствами (Рисунок 2) являются Норвегия, Швеция, Швейцария, Дания, Финляндия, Сингапур, Республика Корея, Великобритания, Гонконг, США.

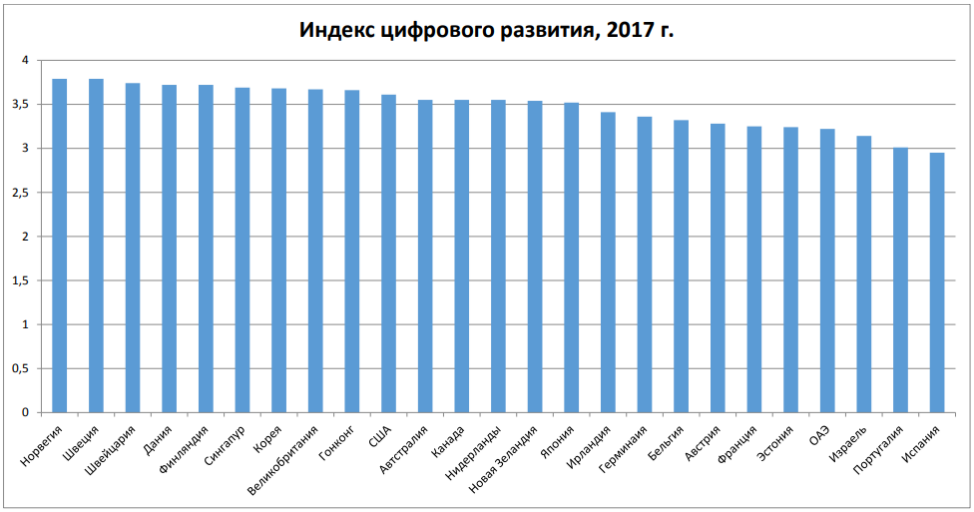


Рисунок 2 - Оценка лидирующих стран мира по индексу оценки цифровизации (по состоянию на 2017 г.)[2]

Так или иначе, становится очевидным, что цифровая трансформация и наращивание цифрового потенциала являются приоритетными направления развития не только на уровне организаций, но и государств, и всего мира.

2. Концепция чат-ботов

Чат-бот (с англ. chatbot – виртуальный цифровой помощник) - это искусственный интеллект или компьютерная программа, которая взаимодействует с пользователем посредством текста или звука.

Впервые чат-боты были рассмотрены Аланом Тьюрингом, английским ученым-компьютерщиком, написавшим статью «Компьютерные машины и интеллект» в 1950 году. В своей статье Тьюринг обрисовал в общих чертах тест искусственного интеллекта Тьюринга и бросил вызов своим ученикам и коллегам, спросив, могут ли машины думать.[3]

Тест Тьюринга вдохновил многих компьютерных ученых. Среди них был Джозеф Вайценбаум, который создал программу ELIZA в 1966 году. ELIZA заложила основу для структуры используемых сегодня чат-ботов, содержащих заранее запрограммированные ответы, ключевые слова и конкретные фразы.[4]

Пройдя через долгий путь совершенствования и доработки, чат-боты получили возможность справляться с многочисленными рутинными

задачами людей и смогли проникнуть почти в каждую сферу нашей жизни. Чат-боты сопровождают транзакционные операции, выступают в роли автоответчика, собеседника, могут оказаться консультантом в онлайн-магазине или полноценным помощником, следящим за состоянием дома.

Такие боты стали неотъемлемой частью технологических компаний. Например, у компании IBM есть Watson, у Apple - Siri, у Google - Google Now, у Samsung -S Voice, у Amazon - Alexa, а у Microsoft - Cortana. Лидерами по внедрению и использованию искусственного интеллекта в своих бизнес-процессах являются Google, Microsoft и Amazon.[5]

Глядя на темпы развития и растущую популярность такого рода цифровизации, не остается никаких сомнений в том, что чат-боты скоро появятся почти во всех отраслях. И это неудивительно, учитывая то, какими преимуществами они обладают и какую выгоду могут принести:

- чат-боты могут работать 365 дней в году и 24 часа в сутки, что позволяет поддерживать связь с клиентами даже в нерабочее время;
- поскольку чат-боты являются автоматизированными решениями, они предоставляют возможность обслуживать множество клиентов единовременно;
- внедрение полнофункционального чат-бота намного дешевле и быстрее, чем создание кроссплатформенного приложения или наем сотрудников для каждой задачи;
- используя искусственный интеллект, можно не только сэкономить на расходах на персонал, но и избежать ошибок, которые может совершить человек;
- чат-боты – подходящий инструмент мониторинга и сбора статистики, измерения конверсии;
- интеграция корпоративного чат-бота в одну из популярных платформ, которые люди используют ежедневно, например, Telegram, WatsApp, Viber, может быть выгоднее, чем создание нового приложения за счет экономии материальных и временных ресурсов.

Несмотря на такую широту применения и распространенность, аналитики предсказывают, что чат-боты и приложения для обмена сообщениями скоро смогут предоставлять гораздо более продвинутые услуги, которые углубят отношения с клиентами и еще больше расширят зоны взаимодействия.

3. Чат-боты в рекрутинге

Процесс рекрутинга можно представить как процесс покупки-продажи.

Компания покупает трудовые и временные ресурсы человека за материальное и иное вознаграждение. Покупатель из множества предложений выбирает наиболее ему подходящее, оценивая выборку по собственным критериям. Компании, как правило, выгодно предстать перед кандидатом в наилучшем свете и получить как можно больше откликов на вакансию, чтобы получился достаточный для тщательного отбора пул кандидатов. Если речь идет о поиске узконаправленного редкого специалиста, то HR-специалисты готовы устроить «охоту» на редкого кандидата, чтобы заполучить ценный кадр или переманить его от компаний-конкурентов в обход другим рекрутерам, так же желающим его нанять. Следовательно, выигрывает тот, кто первоначально наиболее расположит к себе соискателя и представит свою компанию в наиболее привлекательном свете.

По данным отчета LivePerson Connecting with Consumers, который основан на опросе более 5700 онлайн-покупателей из Великобритании, США, Австралии, Франции, Германии и Италии, 83% из них нуждаются в поддержке во время совершения покупок. Им требуется помощь, чтобы понять, какие продукты соответствуют их потребностям и возможностям.

Было выяснено, что онлайн-покупатели – требовательная группа, и они, скорее всего, обратятся к конкурентам или откажутся от покупки, если не смогут найти нужную информацию в кратчайшие сроки. Исследование показало, что быстрое решение проблемы является самым важным условием для респондентов.

Преуспевающие интернет-магазины понимают, что качество обслуживания клиентов является ключевым фактором, не считая качества продуктов и уровня цен, поэтому делают упор на повышение клиентоориентированности.[6]

Именно поэтому предполагается, что в процессе поиска, подбора и отбора персонала, схема будет работать подобным образом.

Чат-бот, который «встретит» кандидата на «пороге» вакансии или официального сайта организации, предоставит всю основную и дополнительную информацию о должности и компании, ответит на самые частые вопросы про собеседование и проконсультирует по срокам рассмотрения кандидатуры, сразу создаст привлекательный образ этой компании как потенциального работодателя.

Кроме того, снизится нагрузка на HR-специалиста, задействованного ранее в подобных вопросах, который теперь будет свободен для других, более сложных и нестандартных задач.

Одна из главных особенностей, которая так же выступает в пользу внедрения чат-ботов в процессы рекрутинга – их можно запрограммировать на реализацию методов, широко признанных в психологической сфере. Примером может служить Woebot - чат-бот, который использует стратегии когнитивно-поведенческой терапии, чтобы помочь пользователям справляться с симптомами тревоги и стресса.[7] Как известно, поиск работы, прохождение собеседований и испытаний, получение отказов оказывают большую нагрузку на нервную систему соискателей. Именно поэтому возможность узнать, как преодолеть страх перед встречей, как сохранить самообладание на нем или как не впасть в отчаяние после неудачного интервью – так важна для этой стороны подбора персонала. В глазах соискателей организация, предоставляющая такую услугу, сформирует привлекательный образ работодателя, внимательно относящегося к психоэмоциональному состоянию сотрудников.

Современные чат-боты уже очень продвинуты и используются повсеместно. Что касается будущих версий, вполне можно ожидать, что они будут обладать еще более широким функционалом и смогут улавливать эмоции людей лучше, чем когда-либо, благодаря усовершенствованным алгоритмам анализа настроений, которые сейчас находятся в разработке. В ближайшее время они не заменят самих рекрутеров проводящих собеседования вживую, но смогут существенно облегчить процесс и снять нагрузку со специалиста, временные и умственные затраты которого в таком случае будут использоваться более рационально. А компания при этом получит выгоду в виде экономии материальных и временных ресурсов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Цифровая экономика Российской Федерации: Программа, утвержденная распоряжением Правительства РФ от 24 декабря 2018 г. N 16 — Режим доступа: https://futurerussia.gov.ru/cifrovaya-ekonomika (дата обращения: 22.11.2020).
2. Доклад исследовательского университета Тафтса «Цифровая планета 2017. Как конкурентоспособность и доверие к цифровой экономике различаются по всему миру» (Digital Planet 2017. How competitiveness and trust in digital economies vary across the world) The Fletcher School, Tufts University. Digital Planet 2017. How competitiveness and trust in digital economies vary across the world. https://sites.tufts.edu/digitalplanet/files/2017/05/Digital_Planet_2017_FINAL.pdf (дата обращения 22.11.2020)
3. А.Тьюринг. Вычислительные машины и разум // АСТ. 2018. 128 стр. URL: https://www.livelib.ru/book/1002750500/quotes-vychislitelnye-mashiny-i-razum-alan-tyuring (дата обращения: 22.11.2020)
4. Дж. Вейценбаум; Пер. с англ. И. Б. Гуревича. Возможности вычислительных машин и человеческий разум: От суждений к вычислениям / Д - М. : Радио и связь, 1982. - 368 с.; URL: https://search.rsl.ru/ru/record/01001073628 (дата обращения: 22.11.2020)
5. 4 Chatbot Articles You Need to Read/Chatbot News. URL: https://chatbotslife.com/4-chatbot-articles-you-need-to-read-7fdfc50cbca3 (дата обращения: 22.11.2020)
6. 83% of online shoppers need support to complete a purchase: stats. URL: https://econsultancy.com/83-of-online-shoppers-need-support-to-complete-a-purchase-stats/ (дата обращения: 22.11.2020)

7. Therapy Chatbots are Transforming Psychology. URL: https://chatbotslife.com/therapy-chatbots-are-transforming-psychology-de67570236bc (дата обращения: 22.11.2020)

8. Сысоева Е.А. Цифровые инновации в современном мире // ПСЭ. 2018. №3 (67). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-innovatsii-v-sovremennom-mire (дата обращения: 22.11.2020).

ИНТЕРНЕТ КАК МЕЖДУНАРОДНАЯ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНАЯ СИСТЕМА. ТРЕНДЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Кутьева А.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

«Интернет как международная многофункциональная сеть. Тренды и тенденции развития» – актуальная тема на сегодняшний день. Ее развитию способствует создание новых и усовершенствование уже созданных информационных технологий, их достаточно быстрое внедрение в жизнь, доступность поистине огромного объема информации в настоящее время и, как следствие, увеличение вовлеченности граждан в виртуальное пространство, а также рост интереса людей ко многим вещам и событиям, происходящим по всему свету. Современный мир представляет собой динамичную среду, в которой живут почти 7,5 миллиардов человек [4]. Все они преследуют различные цели и взаимодействуют между собой. В настоящий момент именно Интернет является тем связующим звеном, которое объединяет людей со всех континентов, способствует развитию национальной и мировой экономики, всего общества. Это изобретение стало неотъемлемой частью жизни нынешней цивилизации и, скорее всего, останется с нами не на один десяток лет, а может быть и столетий.

За период 2018-2020 года население планеты выросло на 157 млн. человек [4] или на 2.07% [1], при этом число Интернет пользователей

выросло на 12.9%, число пользователей социальных сетей – на 18.9%, количество используемых девайсов – на 1.07% [1]. Все четыре показателя выросли, но не в равной степени. Можем заметить, что прирост числа людей, которые активно используют Интернет в своей жизни, превышает прирост числа жителей Земли примерно в 3.31 раза [1]; прирост числа пользователей социальных сетей превышает прирост числа жителей Земли примерно в 3.85 раза [1]. Это значит, что все большее число людей нашей планеты получают доступ к Интернету и становятся пользователями социальных сетей.

Стоит отметить, что во всех регионах нашей планеты количество пользователей Интернета за 2018-2019 года выросло или осталось неизменным, но не упало [2]. Это значит, что цифровизация современного общества имеет положительную тенденцию, и с каждым годом Интернет становится доступнее. Если учитывать сложившуюся в мире ситуацию с коронавирусной инфекцией и объявлением режима самоизоляции, то можно предположить, что в 2020 году эти показатели вырастут достаточно сильно. Люди уже более полугода вынуждены оставаться дома для сохранения своего здоровья и здоровья окружающих, и им необходимо каким-то образом организовывать свой досуг и времяпрепровождение. Стали особо популярны видео-сервисы, сервисы доставки и в целом практически вся наша жизнь перешла в электронный формат.

Для того, чтобы выходить в Интернет, людям необходимы устройства, именуемые девайсами. Всё количество используемых устройств можно разделить на 3 крупных группы, а именно мобильные телефоны, ноутбуки/лаптопы, планшеты. За последние 3 года популярность мобильных телефонов и ноутбуков/лаптопов увеличивается, но с небольшой скоростью [2]. На данный момент в количестве преобладают мобильные телефоны, т.к. имеют ряд преимуществ по сравнению с портативными компьютерами, самое важное – размер. Однако, портативные компьютеры практически не отстают от мобильных телефонов, что обусловлено их функционалом. Конечно, имея хороший современный телефон, мы можем создать документ

или базу данных, построить таблицу, сделать презентацию, но это будет не так удобно, как на полноценном компьютере. Причем стоимость телефона с функционалом ноутбука среднего уровня будет примерно равна стоимости такого ноутбука. Почему теряют свою популярность планшеты? Сегодня функционал планшета ничем не отличается от возможностей мобильного телефона, но при этом телефон опять же выигрывает в размерах и портативности.

Исходя из всего вышесказанного, можно предположить, что через 5-10 лет люди откажутся от использования планшетов, т.к. достаточно будет мобильных телефонов и ноутбуков. Нельзя отрицать, что появятся новые устройства, о которых сейчас мы даже не можем предположить. От использования джойстиков истинные поклонники онлайн игр вряд ли откажутся, но опять же нельзя исключить факт появления новых девайсов.

Почти все мобильные приложения требуют выход в Интернет. Аналитическое агентство We Are Social в сотрудничестве с Hootsuite провело исследование двух крупнейших платформ для скачивания приложений: App Store и Google Play. Изучив данные ежегодных отчетов «Digital» за 2020 год о структуре виртуальных цифровых рынков [2], могу сказать, что доли тех, кто пользуется различными мессенджерами и социальными сетями, равны и составляют 89% от общего числа людей, имеющих доступ к глобальной сети Интернет. Вторыми по популярности использования являются приложения онлайн-шоппинга. Доля тех, кто активно пользовался ими, на январь 2020 года составила 2996.4 млн. человек [2] или 66% от общего числа пользователей мобильными приложениями [1]. Третье место поделили между собой видео и карты. По 2951 млн. человек пользовались этими приложениями по данным на январь 2020 года. Самыми непопулярными оказались приложения для работы с данными. Всего 499.4 млн. человек [2] или 11% Интернет-пользователей применяли их в своей жизни [1]. Возможно, такой низкий показатель можно объяснить тем, что эти приложения рассчитаны в основном на специалистов, а большинство

населения не испытывает потребности в них. Самой популярной среди россиян категорией приложений на январь 2020 года стали социальные сети. Ими пользовались 92% тех россиян, которые имеют доступ в Интернет [1]. В количественном выражении это число равно 108.56 млн. человек [2]. Вторыми по популярности являются мессенджеры. На указанную дату ими пользовались 87% Интернет-пользователей России [1] или 102.66 млн. человек [2]. Чуть больше 87, а именно 87.32 млн. человек [2] в России просматривали видео через специальные приложения. Доля этих пользователей составила примерно 74% от общего числа россиян, которые активно пользуются Интернетом [1].

В настоящее время среднестатистический пользователь ежедневно проводит в сети около 403 минут. Этот показатель уменьшился на 3 минуты по сравнению с предыдущим 2019 годом, но всё также остаётся более 100 дней в год на каждого пользователя Интернета [2]. Если мы оставим предположительно 8 часов в день на сон, что является нормой для здорового человека, то 40 % времени, свободного ото сна, мы тратим на Интернет.

Количество времени, проведённое людьми в сети, в различных странах сильно отличается. Так, больше всего времени в Интернете проводят жители Филиппин. Использование социальных сетей широко распространенно в этой стране. Филиппинцы считаются самыми активными пользователями таких социальных сетей и веб-сайтов, как Instagram, Twitter и Facebook. Это явление стало настолько широким, что страна была признана «мировой столицей социальных сетей». У них время, проведенное в сети, в среднем составляет 585.33 минут в день. Население Филиппин на 2020 год составляет 106 526 150 человек, из них более чем 7.9 миллиона человек используют Интернет, а 6.9 миллиона из них проводят время в социальных сетях не менее одного раза в месяц.

Также стоит сказать о количестве времени, проведённом в сети жителями Японии. У них меньше всего времени – 246.33 минут ежедневно [2]. В Японии у многих сотрудников нет даже самых необходимых

инструментов для удалённой работы, таких как ноутбуки и высокоскоростное Интернет-подключение дома.

Россия располагается ближе к середине рейтинга с результатом 404.33 минут [2]. Около 40 % россиян, пользующихся Интернетом, предпочитают «сидеть» в социальных сетях или просматривать веб-страницы на своих мобильных устройствах [1].

Также по миру средний показатель времени, проведенного в Интернете, равен на 2018 год 401.20 мин, на 2019 год – 397.78 мин, на 2020 год – 402.25 мин [1].

Все эти показатели говорят о том, что множество процессов имеют связь с компьютерами и мобильными гаджетами. Люди работают в Интернете, бронируют гостиницы и билеты, оплачивают услуги и товары, общаются с друзьями и родственниками. И даже те, чья работа напрямую не связана с Интернетом (к примеру, шахтеры), часто пользуются различными приложениями.

В заключение можно отметить, что Интернет – это наиболее эффективное и удобное средство массовой коммуникации. С ростом прогресса и развитием технологий Интернет становится более доступным и широко используемым. Он шаг за шагом проникает во все сферы деятельности человека. Без глобальной сети невозможно представить дальнейшую жизнь нашего общества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ежегодные отчеты «Digital» по виртуальному цифровому рынку за 2017-2020 годы, подготовленные аналитическим агентством We Are Social совместно с SMM-платформой Hootsuite.
2. Независимое информационное агентство «Интерфакс» (https://www.interfax.ru/)
3. https://www.populationpyramid.net/

РАЗВИТИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Кучеренко А.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Цифровые технологии приобретают глобальное значение для жизни людей и экономики страны в целом. Трудно представить активно развивающуюся организацию без инновационных технологий, которые позволяют упрощать ведение бизнеса и обеспечивают его успешную стратегию. Вышестоящие должности компаний зачастую используют облачные сервисы, социальные платформы и аналитику, что относится к ключевым факторам цифровой трансформации, которые повышают производительность сотрудников и привлекают все больше клиентов.

Что же подразумевает собой цифровая трансформация в бухгалтерском учете?

Научные деятели по-разному трактуют данное определение. Начать можно с термина «Digitation», которое обозначает перевод информации с физических носителей на цифровые носители. Например, бухгалтера пользуются всеми известными программными продуктами 1С. С помощью программы 1С: Документооборот можно поместить отсканированный договор от поставщиков. Тем самым, данный договор оцифровали. Термин «Digitalization», что означает в переводе цифровизация – создание нового продукта в цифровой форме. Если возникли у бухгалтера обязательства по договору, то он может найти отражение в бухгалтерском учете, а если возникли обязательства по оплате, то в зависимости от типа договора отразились в системе движения денежных средств, бюджетирования и т.д. То есть под цифровизацией условно понимается то, что когда мы можем наши объекты физического мира не только оцифровать, но и сделать их. Таким образом, Digital Transformation (цифровая трансформация) – это

трансформация бизнеса за счет переосмысливания бизнес-стратегии, продуктов и т.д.

Цифровые технологии позволяют организациям справляться с конкуренцией на рынке, а также при правильном использовании снижать затраты и увеличивать доходы предприятия. Помимо этого, трансформация бизнес- процессов дает возможность минимизировать риски в условиях кризиса организации или пандемии. Несколько лет назад общество не могло представить, что в 2020 году придется столкнуться с пандемией. Весенний «карантин», который начинался с одной недели, плавно перерос в затяжную череду нерабочих дней, и чтобы многие предприятия функционировали, необходимо было переводить сотрудников на дистанционный доступ в режиме самоизоляции. Поэтому необходимо постоянно находить новые точки роста развития бизнеса, чтобы остаться конкурентоспособными на рынке.

Поскольку организация бухгалтерского учета для компании является одним из основного звена в её работоспособности, то необходимы периодические нововведения в данной сфере для упрощения трудовой деятельности. Бухгалтерский учет в любой компании трудоемкий процесс. Если новостные сводки повествуют о том, что людей будут постепенно заменять роботы, то бухгалтеров будет заменить сложнее, а усовершенствовать его работу в «неблагоприятных ситуациях» возможно.

В случае таких непредвиденных обстоятельств работодателю необходимо обеспечить безопасность своих сотрудников, осуществляя санитарно-противоэпидемиологические мероприятия. Так, работодатель может перевести на дистанционный доступ работников организации или составить индивидуальный график для сотрудников, которые смогут поддерживать бухгалтерский учет на работе. Например, часть сотрудников будет выходить в первой половине недели, другая – во второй половине. Дистанционный доступ – это одна из уникальных трансформаций в бизнес-процессе организации в целом, так и отдела бухгалтерии.

Есть различные варианты, как можно перевести большую численность персонала на «удаленную» работу. Например, компании могут установить защитное подключение к корпоративной сети через программу Cisco AnyConnect. Так, имея доступ к документообороту, бухгалтерия сможет проводить документы не выходя из дома. Однако есть проблемы с подписанием документов, в таких случаях их можно подписывать электронной подписью или согласовывать с вышестоящим руководством. Подпись лица (лиц), совершившего сделку, операцию и ответственного за ее оформление, либо наименование должности лица, ответственного за оформление свершившегося события является обязательным реквизитом первичного учетного документа, который представляется в законе о бухгалтерском учете [1,ст.9]. То есть, закон не требует подписания первичного учетного документа несколькими лицами, а допускает возможность. В число обязательных реквизитов первичного учетного документа не входят подписи лиц со стороны контрагентов. Таким образом, компании можно назначить ответственное лицо, которое будет приходить в офис и подписывать документы.

Необходимо разграничивать хозяйственные документы, такие как акты приемки-передачи имущества, результатов работ, оказанных услуг, имущественных прав, товарные, транспортные накладные от первичных учетных документов [2].

Оформлять факты хозяйственной жизни (в том числе связанные с отношениями организации с другими лицами) допускается первичными учетными документами, составляемыми без участия других сторон, то есть самостоятельно организацией. В этом случае хозяйственные документы выступают лишь как источник информации, которая необходима для включения в составленный организацией первичный учетный документ. Из чего можно заключить, что к хозяйственным документам не применяются требования Закона о бухгалтерском учете, в том числе о наличии

обязательных реквизитов, поскольку они не используются в качестве первичных учетных документов [5] .

Следует учесть, что есть ряд соблюдения условий по организации бухгалтерского учета, которые отменять нельзя [1]:

- Ведение непрерывно бухгалтерского учета с момента государственной регистрации до даты прекращения деятельности в результате реорганизации или ликвидации;
- Составление первичного учетного документа при совершении факта хозяйственной жизни, а если это не представляется возможным – непосредственно после его окончания.
- данные, которые содержатся в первичных учетных документах, подлежат своевременной регистрации и накоплению в регистрах бухгалтерского учета;
- бухгалтерская (финансовая) отчетность должна давать достоверную информацию о финансовом положении предприятия на отчетную дату, финансовом результате его деятельности и движении денежных средств за отчетный период, необходимое пользователям этой отчетности для принятия экономических решений, а также включать финансовые показатели всех подразделений организации.

Благодаря переходу многих компаний на дистанционную работу появляется всё большая необходимость в его качественной разработке. Таким образом, электронный документооборот начинает внедряться в организации, однако не развит единый справочник номенклатуры. Необходимо, чтобы в организации была развитая система управления электронными документами (см. рис. 1) [3].

Рисунок 1. Прогрессивная схема организации документооборота

Документы пересылаются с помощью СУЭД, которая содержит единые для всей организации базы справочников, классификаторов, нормативов и словарей. Путь движения документов зависит от внутренних регламентов в зависимости от вида документа. В организации создается архив электронных документов, состоящий:

- базы данных, которая содержит электронные документы, созданные в принятых в организации средах;
- электронного архива, который содержит электронные образы документов.

Обмен документами с внешними контрагентами обеспечивается при помощи информационного портала.

Мировой рынок систем управления документами постепенно увеличивается, потому что большая часть информации продолжает храниться в бумажном виде. Не у всех предприятий безупречно налаженная работа с документами. Поэтому достоинства электронного архива заключаются:

- компактность;
- эффективная маршрутизация документов;

- способность системы отслеживать все изменения, внесенные в документ и хранить полную историю редакторских правок;
- скорость доступа к архивной информации.

Цифровая трансформация является важной темой для компаний во всем мире. Данная тема актуальна, потому что никто не застрахован от любых внешних воздействий природы, будь то болезни или природные бедствия. К тому же, эпидемия в 2020 году повлияла положительно на возможность трансформировать бизнес-процессы компании, быть гибкими и к таким факторам воздействия. Данная тема заставляет задуматься, о том, как негативные последствия можно преобразовать в положительные нововведения компании, которые отразятся благоприятно и на ведении бизнеса и на эффективности работы компании. Также, правильное ведение электронного документооборота позволит обеспечить сокращение времени обработки документов, повышение качества бизнес-процессов, улучшение производительной дисциплины, переход части бухгалтеров на дистанционный доступ работы, что позволит организациям в период эпидемии снижать затраты на защитные маски, антисанитайзеры, и другие меры предосторожности, уменьшить затраты на питьевые, энергетические ресурсы. Также будет больше отдачи и самостоятельности решений от сотрудника на дистанционной работе, так как он будет в домашней комфортной обстановке выполнять поставленные задачи, что доказано учеными из Стэнфордского университета[4]. В эксперименте участвовало 500 сотрудников, часть из которых работала дома, другая – в офисе. Продуктивными сотрудниками оказались те, которые работали дома, потому что не опаздывали на работу и реже отпрашивались с неё, и лучше сосредотачивались. Для сотрудников преимуществом на дистанционной работе будет сокращение материальных затрат на транспорт и времени на дорогу, риск меньше заразиться болезнями, отмена дресс-кода. Однако есть и недостатки, такие как снижение социальной связи [6].

Поэтому внедрение технологий меняет наше общество в лучшую сторону и позволит выйти на новый уровень человеческого развития и качества жизни. Цифровая трансформация в бухгалтерском учете – это переход на электронный вид документов, то есть отказ от бумажных носителей. Данный процесс автоматизации не исключает человеческий фактор, а лишь ускоряет процесс работы, облегчает поиск документов, потому что благодаря сотрудникам создаются и согласовываются документы. Автоматизация бухгалтерского учета не стоит на месте, так как уже сейчас используется клиент-банк, систему сдачи отчетности по электронным каналам, сервисы электронного обмена документами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 N 402-ФЗ
2. Рекомендация р-113/2020-кпр «Первичные учетные документы в условиях удаленной работы»
3. Методология создания информационных систем: учебное пособие / А.М. Карминский, Б.В. Черников. – 2-е изд., перераб. И доп. – Москва: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М,2021. – 320 с.
4. Исследования Стэнфордского университета – URL: https://www.inc.com/scott-mautz/a-2-year-stanford-study-shows astonishing-productivity-boost-of-working-from-home.html
5. Организация документооборота в условиях пандемии – URL: https://www.audit-it.ru/articles/account/buhaccounting/a6/1011587.html
6. Преимущества удаленной работы – URL: https://vc.ru/hr/149737-preimushchestva-udalennoy-raboty-polnyy-spisok

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИАЗАЦИИ С УЧЕТОМ РИСКА БАНКРОТСВА

Луконина А.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность выбранной темы заключается в том, что проблема оценки финансовой устойчивости является наиболее важной общеэкономической проблемой. Низкая финансовая устойчивость может привести к нехватке у организации ресурсов для развития производства, деятельности, а также к неплатёжеспособности и банкротству. Высокая финансовая устойчивость может означать, что предприятие ведет не совсем эффективную деятельность, имеет излишек запасов и резервов. Поэтому определение границ финансовой устойчивости является очень важной задачи экономического анализа.

Финансовая устойчивость – это способность организации сохранять нормальное финансовое положение при неблагоприятных внешних и внутренних условиях за счет эффективного использования всех ресурсов, оптимального соотношения между активами и источниками их формирования, оптимальной структуры активов и капитала.

Экономист Шеремет А.Д. считал, что «финансовая устойчивость – это основной показатель оценки финансового состояния предприятия» [3]. Я полностью согласна с его мыслью. При определении типа финансовой устойчивости предприятия анализируются источники формирования запасов и затрат, собственные оборотные средства, а также зависимость предприятия от кредиторов и инвесторов. Это доказывает, что показатель финансовой устойчивости определяет финансовое состояние предприятия в целом. Она включает в себя оценку различных сторон деятельности предприятия.

Выделяют 4 типа финансового устойчивости организации:

1. Абсолютная устойчивость – ситуация, когда запасы и затраты меньше суммы собственного оборотного капитала и кредитов банка. Деятельность организации налажена.
2. Нормальная устойчивость – ситуация, когда сумма запасов и затрат равна сумме собственного оборотного капитала и кредитов банка.
3. Неустойчивое финансовое положение – ситуация, когда сумма запасов и затрат выше суммы собственного капитала, кредитов и временно свободных источников средств.
4. Кризисное финансовое положение – ситуация, когда предприятие находится практически в состоянии банкротства. Характеризуется недостатком денежных средств, дебиторской задолженности для покрытия займов.

Для полноты картины также рассчитываются коэффициенты финансовой устойчивости: коэффициент капитализации, коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования, коэффициент автономии, коэффициент финансирования, коэффициент устойчивых источников финансирования.

Финансовая устойчивость предприятия тесно связана с риском. Чем лучше финансовая устойчивость, тем ниже вероятность риска банкротства. В данной работе риск банкротства будет рассматриваться с позиции двух моделей: модель Лиса и модель Таффлера.

В этой статье рассматривается финансовая устойчивость с учетом риска банкротства на примере ООО «КОКА-КОЛА ЭЙЧБИСИ ЕВРАЗИЯ» в динамике за 2018 и 2019 года.

Бухгалтерский баланс ООО «КОКА-КОЛА ЭЙЧБИСИ ЕВРАЗИЯ» за 2018-2019 гг представлен в таблице 1. [4]

Таблица 1. Бухгалтерский баланс ООО «КОКА-КОЛА ЭЙЧБИСИ ЕВРАЗИЯ» за 2018-2019 гг.

Наименование показателя	2018 год, тыс.руб	2019 год, тыс.руб	Абсолютное изменение, тыс.руб.	Темп прироста, %
АКТИВ				
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Основные средства	16163309	16033465	-129844	-0,80%
Финансовые вложения	100	3158915	3158815	3158815%
Итого по разделу I	16773038	19846581	3073543	18,32%
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Запасы	4784218	4437676	-346542	-7,24%
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	47848	61743	13895	29,04%
Дебиторская задолженность	9282693	9133327	-149366	-1,61%
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	8440131	0	-8440131	-100%
Денежные средства и денежные эквиваленты	1647220	1018713	-628507	-38,16%
Итого по разделу	24261606	14677461	-9584145	-39,5%
БАЛАНС	**41034644**	**34524042**	**-6510602**	**-15,87%**
ПАССИВ				
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
Уставной капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	17861964	9526276	-8335688	-46,67%
Переоценка внеоборотных активов	90953	90953	0	0%
Добавочный капитал (без переоценки)	411661	411661	0	0%
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	3920905	4093752	172847	4,41%
Итого по разделу III	22285483	14122642	-8162841	-36,63%
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	0	0	0	0%
Отложенные налоговые обязательства	1728152	1682852	-45300	-2,62%
Итого по разделу IV	1774315	1760295	-14020	-0,79%
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	0	0	0	0%
Кредиторская задолженность	16770366	18307308	1536942	9,16%
Итого по разделу V	16974846	18641105	1666259	9,82%
БАЛАНС	**41034644**	**34524042**	**-6510602**	**-15,87%**

Данные, приведенные в табл. 1 показывают, что в отчетном году по сравнению с предыдущим годом краткосрочные финансовые вложения снизились до 0 (на 100%), это означает, что организация прекратила инвестировать какие-либо краткосрочные проекты в отчетном году. Но если обратиться к иммобилизованным активам, то мы видим колоссальное увеличение долгосрочных финансовых вложений (на 3158815%). Это может означать, что ООО «КОКА-КОЛА ЭЙЧБИСИ ЕВРАЗИЯ» в 2019 году перенаправила свою инвестиционную деятельность на долгосрочные проекты. Также наблюдается уменьшение собственного капитала в отчетном году на 36.63%. На это повлияло сокращение уставного капитала на 46.67%.

Увеличение краткосрочных обязательств (на 9.82%) в 2019 году свидетельствует об увеличении зависимости предприятия от заемных средств. Небольшое снижение долгосрочных обязательств говорит о погашении задолженности перед банками.

Отчет о финансовых результатах (прибылях и убытках) ООО «КОКА-КОЛА ЭЙЧБИСИ ЕВРАЗИЯ» за 2018-2019 гг представлен в таблице 2. [4]

Таблица 2. Отчет о финансовых результатах (прибылях и убытках) ООО «КОКА-КОЛА ЭЙЧБИСИ ЕВРАЗИЯ» за 2018-2019 гг.

Наименование показателя	2018, тыс.руб.	2019, тыс.руб	Абсолютное изменение, тыс.руб.	Темп прироста, %
Выручка	67763308	70309728	2546420	3,76%
Себестоимость продаж	29874069	33529177	3655108	12,24%
Валовая прибыль (убыток)	37889239	36780551	-1108688	-2,93%
Коммерческие расходы	27615056	25014962	-2600094	-9,42%
Управленческие расходы	5601277	5849743	248466	4,44%
Прибыль (убыток) от продаж	4672906	5915846	1242940	26,60%
Проценты к получению	724343	525265	-199078	-27,48%
Проценты к уплате	8599	1843	-6756	-78,57%
Прочие доходы	2382601	1341762	-1040839	-43,68%
Прочие расходы	2306629	2213471	-93158	-4,04%
Прибыль (убыток) до налогообложения	5464622	5567559	102937	1,88%
Налог на прибыль	1508859	1403666	-105193	-6,97%
Текущий налог на прибыль	1245762	1440164	194402	15,61%
Отложенный налог на прибыль	263097	36498	-226599	-86,13%
Прочее	34858	71047	36189	103,82%
Чистая прибыль (убыток)	3920905	4092846	171941	4,39%

После проведения анализа динамики отчета о финансовых результатах ООО «КОКА-КОЛА ЭЙЧБИСИ ЕВРАЗИЯ» можно сказать следующее: выручка от продаж увеличилась на 3.76% (это означает увеличение объема производства), себестоимость увеличилась на 12.24% (увеличение затрат на производство). При этом прибыль от продаж увеличилась на 26.6%, а чистая прибыль – на 4.39%. Увеличение чистой прибыли говорит о том, что в отчетном 2019 году деятельность предприятия стала эффективнее.

Для определения финансовой устойчивости предприятия обобщающим показателем является излишек (недостаток) средств для формирования запасов. Он определяется как разница между величиной источников средств

и величиной запасов. Для характеристики источников формирования запасов используется несколько показателей (см. табл. 3). [2]

Таблица 3. Показатели финансовой устойчивости

Показатель	Расчет	2018 год, тыс.руб.	2019 год, тыс.руб.
1) Излишек (недостаток) собственных средств	Фс=СОС-ЗЗ	728227	-10161615
2) Излишек (недостаток) функционирующего капитала	Фф=ФК-ЗЗ	728227	-10161615
3) Излишек (недостаток) общей величины источников финсирования	Фо=ОВИЗ-ЗЗ	728227	-10161615

Источники:

1. СОС – собственные оборотные средства;
2. ФК – наличие собственных и долгосрочных источников формирования запасов и затрат;
3. ОВИЗ – общие источники финансирования.

Из табл. 3 можно сделать вывод, что получилось одинаковое значение излишка (недостатка) собственных средств, функционирующего капитала и общей величины источников финансирования. Это связано с тем, что организация не имеет краткосрочных и долгосрочных заемных средств. Теперь нужно определить тип финансовой устойчивости (см. табл. 4).

Таблица 4. Определение типа финансовой устойчивости

Показатели	Абсолютная S=(1,1,1)	Нормальная S=(0,1,1)	Неустойчивая S=(0,0,1)	Кризисная S=(0,0,0)
Фс	>0	<0	<0	<0
Фф	>0	>0	<0	<0
Фо	>0	>0	>0	<0

Из табл. 4 следует, что в 2018 году ООО «КОКА-КОЛА ЭЙЧБИСИ ЕВРАЗИЯ» имела абсолютный тип финансовой устойчивости, так как все показатели положительные (больше 0), а в 2019 году ситуация колоссально ухудшилась, организация оказалась в кризисном состоянии, так как все показатели отрицательные (меньше 0). Это означает, что источников финансирования стало гораздо меньше. Их не хватает для покрытия финансовых обязательств организации.

Для расчета коэффициентов финансовой устойчивости используются данные бухгалтерского баланса (см. табл. 1).

Таблица 5. Коэффициенты финансовой устойчивости

Коэффициент финансовой устойчивости	Значение коэффициента	Формула расчета	2018 Базисный период, руб./руб.	2019 Отчетный период, руб./руб.	Нормативное значение, руб./руб.
Коэффициент капитализации	Определяет зависимость организации от кредиторов. Чем выше, тем больше займов.	Заемный капитал/Собственный капитал	0,841	1,444	<=1,5 и >=0,5
Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования	Показывает, какая часть оборотных активов финансируется за счет собственных источников.	(Собственный капитал – Внеоборотные активы)/Оборотные активы	0,227	-0,39	Нижняя граница = 0,1.
Коэффициент автономии	Доля собственного капитала в активах.	Собственный капитал/Валюта баланса	0,543	0,409	>0,4, но <0,6
Коэффициент финансирования	Показывает, какая часть деятельности финансируется за счет собственных, а какая за счет заемных средств.	Собственный капитал/Заемный капитал	1,189	0,692	>0,7 Оптимальное значение = 1,5.
Коэф. финансовой устойчивости	Определяет, какая часть актива финансируется за счет устойчивых источников.	(Собственный капитал + Долгосрочные обязательства)/Валюта баланса	0,586	0,46	>=0,6

Из табл. 5 можно сделать следующие выводы. Коэффициент капитализации составил 0.841 и 1.444 в 2018 и 2019 годах соответственно, что удовлетворяет оптимальному значению. Это означает, что предприятие не зависит от кредиторов. Действительно, заемные средства равны нулю. Второй коэффициент показал, что в 2018 году 0.227 часть оборотных активов финансируются за счет собственных источников, а в 2019 году коэффициент снизился до нулевого значения. Результаты не соответствуют оптимальному значению (>=0.5). Коэффициент автономии составил в 2018 году 0.543, что соответствует нормативному значению, а в 2019 году 0.409. Доля собственного капитала в активах находится в отрицательной динамике. Коэффициент финансирования в 2018 году удовлетворял нормативному значению, но в 2019 году данный показатель снизился почти в два раза. Последний коэффициент показал, что в 2018 году 0.586 (близко к нормативному) часть активов финансируются за счет устойчивых источников, а в 2019 – 0.46, когда оптимальное значение показателя должно быть больше, либо равно 0.6.

Таким образом, только первый коэффициент соответствует нормативному значению, так как предприятие не имеет займов. Для улучшения ситуации ООО «КОКА-КОЛА ЭЙЧБИСИ ЕВРАЗИЯ» должна привлечь дополнительные источники финансирования, то есть заемные средства.

Теперь нужно рассчитать риск банкротства. Для расчета используются данные финансовой отчетности (см. табл. 2). Банкротство организации нужно рассматривать с позиции не менее двух моделей банкротства. Ниже будут рассмотрены две модели банкротства: модель Лиса и модель Таффлера.

Модель Лиса - это модель, оценивающая вероятность банкротства, в которой учитываются ликвидность, рентабельность и финансовая независимость организации. [1]

$$Z = 0.063 * x_1 + 0.092 * x_2 + 0.057 * x_3 + 0.001 * x_4$$

Таблица 6. Модель Лиса

Фактор	Формула расчёта	Результат в базисном периоде – 2018 год, руб./руб.	Результат в отчётном периоде – 2019 год, руб./руб.	Значение результата
x_1	Оборотный капитал/Сумма активов	0.5912469	0.4251374	Z<0.037 – вероятность банкротства высокая; Z>0.037 – вероятность банкротства малая.
x_2	Прибыль от реализации/Сумма активов	0.1138771	0.1713544	
x_3	Нераспределенная прибыль/Сумма активов	0.0955511	0.1185768	
x_4	Собственный капитал/Заемный капитал	1.188123	0.6922389	

$Z^0 = 0.063 * 0.5912469 + 0.092 * 0.1138771 + 0.057 * 0.0955511 + 0.001 * 1.188123$=0, 0543603>0.037.

$Z^1 = 0.063 * 0.4251374 + 0.092 * 0.1713544 + 0.057 * 0.1185768 + 0.001 * 0.6922389 = 0.0499994$
>0.037.

Из табл. 6 следует, что и в отчетном, и в базисном периодах вероятность банкротства мала.

Модель Таффлера – четырёхфакторная модель прогнозирования банкротства на основе финансовых показателей предприятия. [1]

$$Z = 0.53 * x_1 + 0.13 * x_2 + 0.18 * x_3 + 0.16 * x_4$$

Таблица 7. Модель Таффлера

Фактор	Формула расчёта	Результат в базисном периоде – 2018 год, руб./руб.	Результат в отчётном периоде – 2019 год, руб./руб.	Значение результата
x_1	Прибыль до налогообложения/Краткосрочные обязательства	0,3219247	0,2986711	Z > 0.3 – небольшой риск банкротства; Z < 0.2 – большой риск банкротства.
x_2	Текущие активы/ (Краткосрочные обязательства + Долгосрочные обязательства)	1,2940102	0,719434	
x_3	Долгосрочные обязательства/Сумма активов	0,0432394	0,0509875	
x_4	Сумма активов/Выручка от продаж	0,6055585	0,491028	

$Z^0 = 0.53 * 0{,}3219247 + 0.13 * 1{,}2940102 + 0.18 * 0{,}0432394 + 0.16 * 0{,}6055585$ =0,4435139>0,3.

$Z^1 = 0.53 * 0{,}2986711 + 0.13 * 0{,}7194340 + 0.18 * 0{,}0509875 + 0.16 * 0{,}4910280$ =0,3395643>0,3.

Из табл. 7 следует, что есть небольшой риск банкротства в базисном и отчетном периодах.

Таким образом, финансовая устойчивость идентифицирует финансовое состояние предприятия. Она показывает, насколько эффективна деятельность организации и позволяет проанализировать меры для улучшения состояния. Данный показатель тесно связан с риском банкротства предприятия. От финансового положения организации зависит её возможность покрывать обязательства. В данной работе рассматривалась финансовая устойчивость предприятия ООО «КОКА-КОЛА ЭЙЧБИСИ ЕВРАЗИЯ» в динамике за 2018-2019 гг. Были произведены расчеты источников финансирования, коэффициенты финансовой устойчивости и анализ риска банкротства через модели Лиса и Таффлера. Эти расчеты показали, что в 2018 году «КОКА-КОЛА ЭЙЧБИСИ ЕВРАЗИЯ» находится в абсолютной устойчивости, средств для финансирования запасов и затрат достаточно. Но в 2019 году ситуация ухудшается, компания находится в кризисном состоянии, нужно привлекать дополнительные средства финансирования в виде краткосрочных и долгосрочных займов. Применение модели банкротства Лиса показывает, что вероятность банкротства в отчетном периоде мала, так как результат больше 0.037, но нужно учитывать, что при анализе российских предприятий она показывает завышенные оценки, следовательно, риск стать банкротом

есть. Применение модели Таффлера свидетельствует о том, что вероятность банкротства ООО «КОКА-КОЛА ЭЙЧБИСИ ЕВРАЗИЯ» через год составляет 3%, через 2 года - 30%.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Жданов В.Ю., Жданов И.Ю. "Финансовый анализ предприятия с помощью коэффициентов и моделей. Учебное пособие". – М.: «Проспект», 2018. 105 с.
2. Грачев А.В. Финансовая устойчивость предприятия: критерии и методы оценки в рыночной экономике. - М.: «Дело и сервис», 2010. 155 с.
3. Шеремет А. Д., Сайфулин Р. С. Методика финансового анализа. - М.: ИНФРА-М, 2003. - 176с.
4. ООО «КОКА-КОЛА ЭЙЧБИСИ ЕВРАЗИЯ»: бухгалтерская отчетность и отчет о финансовых результатах. URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/7701215046_ooo-koka-kola-eychbisi-evraziya. Дата обращения: 15.11.2020.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И РАЗВИТИЯ РЫНКА ЭЛЕКТРОННЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Лямкова А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время мировая экономика приобретает электронный цифровой характер. Интернет, как важная информационная технология становится символом новой эпохи, новых политических и экономических реалий, неотъемлемой частью жизни каждого человека. Это делает его необходимым средством ведения бизнеса. И туристический бизнес – это один из динамично развивающихся сегментов цифровой экономики. Электронная коммерция значительно повышает эффективность работы туристических компаний с реальными и потенциальными клиентами.

Для оценки готовности стран к цифровой экономике Всемирный экономический форум предложил в 2016 году использовать новую версию международного индекса сетевой готовности, которая была представлена в докладе «Глобальные информационные технологии» за 2016 год. Индекс измеряет, насколько хорошо экономики стран используют цифровые технологии для повышения конкурентоспособности и благосостояния, а также оценивает факторы, влияющие на развитие цифровой экономики. Согласно указанному исследованию Российская Федерация занимала 41-е место по готовности к цифровой экономике со значительным отрывом от десятки лидирующих стран, таких, как Сингапур, Финляндия, Швеция, Норвегия, Соединенные Штаты Америки, Нидерланды, Швейцария, Великобритания, Люксембург и Япония. С точки зрения экономических и инновационных результатов использования цифровых технологий у России было 38-е место с большим отставанием от стран-лидеров, Финляндии, Швейцарии, Швеции, Израиля, Сингапура, Нидерландов, США, Норвегии, Люксембурга и Германии. Анализ данных показывал и недостаточно высокий темп роста цифровой экономики в России (см. Таблицу 1).

Таблица 1 — Доля цифровой экономики в ВВП стран участниц G20 (%).

Страны	Удельный вес цифровой экономики в ВВП страны		Изменение доли цифровой экономики
	2016	2010	
Индонезия	1,5	1,3	0,2
Турция	2,3	1,6	0,7
Бразилия	2,4	2,2	0,2
ЮАР	2,5	1,9	0,6
Россия	2,8	1,9	0,9
Аргентина	3,3	2,0	1,3
Франция	3,4	2,9	0,5
Италия	3,5	2,1	1,4
Канада	3,6	3,0	0,6
Австралия	3,7	3,4	0,3
Сауд. Аравия	3,8	2,2	1,6
Германия	4,0	3,0	1,0
Мексика	4,2	2,5	1,7
США	5,4	4,7	0,7
Япония	5,6	4,7	0,9
Индия	5,6	4,1	1,5
Китай	6,9	5,5	1,4
Респ. Корея	8,0	7,3	0,7
Великобритания	12,4	8,3	4,1

Для преодоления отставания в развитии цифровой экономики Правительство РФ утвердило стратегию развития туризма в России до 2035

года, где важное место отводится развитию цифровых технологий. Цифровые технологии в сфере туризма включают перевод всех государственных услуг, связанных с осуществлением туристской деятельности, в электронную форму, обеспечение возможности предоставления участниками туристского рынка всей установленной отчетности в электронной форме, интеграцию государственных информационных систем, связанных с обеспечением туристской деятельности, для исключения двойного предоставления информации, использование цифровых решений для совершенствования взаимодействия с предпринимательским и экспертным сообществом при разработке и реализации проектов в сфере туризма.

Одной из важных задач для развития внутреннего и въездного туризма названо создание условий для формирования туристской экосистемы, объединяющей всех участников рынка на онлайн-платформе для формирования лучшего клиентского опыта, интегрированной с внешними источниками данных и социальными платформами. На базе платформы могут быть разработаны различные блоки, сервисы и мобильные приложения, в которых будут реализованы функции, направленные на развитие системы продвижения туристского продукта Российской Федерации.

Таблица 2 — Стратегии развития туризма в России до 2035 года: важнейшие цифровые решения

№№	**Цифровые решения**
1	создание туристского маркетплейса и централизацию усилий по продвижению туристского продукта Российской Федерации;
2	развитие мультиязычных сервисов помощи туристам, включая информационные сервисы, сервисы навигации и самообслуживания, для роста доступности, качества и привлекательности туруслуг,

	роста эффективности использования туристских ресурсов;
3	разработку и реализацию электронной туристской карты гостя и аналогичного мобильного приложения в городах и субъектах РФ (аналог международных карт и приложений для мобильных устройств, позволяющих туристу перемещаться общественными видами транспорта, узнавать о культурных мероприятиях и событиях, пользоваться скидками при посещении объектов туристского показа, а также предоставляющих другие льготы);
4	предоставление прозрачной электронной системы оценки качества предлагаемых туристских услуг, создание рейтинга туруслуг и объектов по туристским территориям РФ;
5	беспечение возможности ознакомления с культурными и риродными достопримечательностями, экспозициями музеев, уристскими маршрутами в онлайн-режиме с использованием ехнологий визуализации, виртуальных экскурсий, технологий ополненной реальности и др.;
6	развитие сервисов дополненной реальности для навигации по городам, объектам показа (музеям, выставочным центрам, художественным галереям, т.п.) для привлекательности туристских объектов, эффективности использования туристских ресурсов;
7	развитие системы открытых данных в сфере туризма для повышения прозрачности работы организаций и системы управления отраслью, создания условий развития новых видов туристских услуг;
8	развитие технологий больших данных и искусственного интеллекта для сбора и анализа их и развития продвижения туристских услуг, формирование наиболее актуальных для туриста предложений с учетом его пожеланий, погодных условий, дорожной ситуации, т.п.
9	развитие сервисов онлайн-построения туристского маршрута с

	возможностью покупки билетов и бронирования гостиниц;
10	создание электронной площадки для вовлечения самозанятых лиц в туристскую деятельность (гиды, инструкторы, экскурсоводы);
11	разработка мультимедийных приложений для показа объектов, сервисов аудио- и видеогидов с возможностью интеграции с GPS-навигацией, использованием QR-кодов для формирования запросов.

Под цифровой экономикой рассматривают экономику, непосредственно связанную с процессами развития и внедрения цифровых компьютерных технологий во все сферы экономического производства и потребления. Как правило, она охватывает область предоставления онлайн-услуг и товаров, а именно сервисы электронных платежей и электронную коммерцию, интернет-торговлю и интернет вещей (IoT – Internet of Things), краудфандинг, интернет-банкинг и прочее. Среди новейших цифровых технологий, выступающих платформой цифровизации и цифровой экономики, выделяют технологии Big Data, развитие облачных сервисов и искусственного интеллекта (нейросети), умных технологий и технологий определения местонахождения, интернет вещей, а также промышленный интернет вещей (IIoT – Industrial Internet of Things), 3D-печать. И индустрия туризма нацелена на активное внедрение и использование цифровых технологий. Туристическая индустрия более гибкая по своей природе с непрерывным внедрением различных технологий сталкивалась не раз. Различные тенденции, повышение темпов глобализации сферы, появление новых каналов сбыта, сокращение времени на сближение поставщика, предоставляемого туристические услуги, и потребителей, кардинально меняли отрасль в течение XX века не раз.

Сегодня многие предприятия быстро перестраивают свои бизнес-процессы в соответствии с парадигмой развития цифровой экономики, можно говорить о сложившихся системах онлайн-бронирования туров, электронной коммерции и т.п. На основании статистических данных, на

сегодняшний день около 3,5 миллиарда человек имеют возможность использовать интернет-ресурсы на свои нужды, вместе с тем, число этих людей увеличивается ежегодно. При этом, к аудитории, которая пользуется этим ресурсом можно отнести людей различных слоев населения, а также различных возрастных групп. Благодаря цифровизации данной отрасли, каждому человеку становится возможным самостоятельно искать информацию о тех или иных местах поездки, соотносить различные туристические предприятия и делать выбор в пользу наиболее подходящего личным критериям поиска клиента, вплоть до покупки желаемого тура в любое в режиме онлайн в круглосуточном режиме, что соответственно сказывается на качестве услуг, на повышении уровня удовлетворенности клиента.

Вместе с тем, активно идет переформатирование самой структуры отрасли. Так, происходит постоянный рост числа людей, которые отдают предпочтение самостоятельно выстраивать маршрут своих поездок, совершать покупку авиабилетов, бронировать отели и т.д., что является следствием снижение прибыли специализированных туристических организаций. Ранее, даже при совершение бронирования и онлайн покупок на различных сервисах, предоставляемых транспортные услуги, проблематичным фактором становилось грамотное выстраивание маршрута со стыковкой всех рейсов, но с появлением такого феномена, как big data и внедрения искусственного интеллекта стало возможным структурировать все поездки за пару действий. К примеру, Rome2Rio представляет собой единую платформу, на которой представлены различные способы как можно добраться из одного места в другое, начинания от морского транспорта, заканчивая пешими маршрутами. Пользователю необходимо ввести свои данные и онлайн платформа сама составит идеальный маршрут с учетом временных и ценовых критериев пользователя. На основании исследования Booking.ru, стало понятно, что большая часть мирового населения заинтересована в помощи искусственного интеллекта, т.е. для

пользователей становится не таким важным фактором кто оказывает им помощь: живой человек — консультант или чат-бот, число такого рода пользователей варьируется около 50 %.

На сегодняшний день чат-боты способны заменить живое общение с консультантом, т.к. они способны отвечать на различные вопросы пользователей. Так, например, Kayak — чат-бот дает рекомендации и советы путешественникам начиная с покупки авиабилетов, учитывая при это располагаемый бюджет пользователя, заканчивая рекомендацией к посещению достопримечательностей в искомых локациях. Однако, использование мобильных устройств, а также мобильных приложений существенно упрощают работу туристическим предприятиям, ввиду того, что персонализация в сфере обслуживания клиентов позволяет организациям собрать необходимые данные о клиентах: их место проживание, структуру расходов, их предпочтения и интересы, что позволяет проводить различные маркетинговые исследования без участия консалтиноговых фирм.

Благодаря интернету и социальным сетям анализ потенциального клиента позволяет адаптировать под него туристическое предложение даже с учетом изменения его предпочтений. В соответствии со статистикой, представленной Google, на стадии планирования путешествия, в среднем человек совершает порядком 400 запросов в интернете, что в эпоху цифровизации дает туристическим компаниям оказать влияние на их выбор и склонить в пользу определенного отеля, компании и т.п.

Рынок туризма с предоставлением услуг онлайн непрерывно развивается. Уже более 74 % путешественников в мире отдают предпочтение онлайн сервисам. Идет рост числа таких онлайн запросов с мобильных устройств, как: каршеринг, поиск железнодорожных и авиабилетов, бронирование номеров и т.п. Таким образом, основная масса пользователей совершает свои покупки и бронирования также через

мобильные устройства, что в свою очередь подводит компании к тому, что необходимо помимо предоставления информации и сервиса, предоставить клиенту возможность удобства оплаты услуги с мобильного устройства. NFC-технология (Near field communication) и Система быстрых платежей (СБП) уже доступны в России. К СБП подключены 10 крупнейших банков страны и это убирает проблему наличных расчетов и необходимости кассовых терминалов в турагентствах, делает бизнес прозрачным.

Таким образом, сегодня формируется новый дизайн туристического рынка и услуг в сфере гостеприимства. Организации, которые не сумеют приспособиться к этим изменениям вряд ли, на наш взгляд, смогут выжить в новых условиях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Алеева В.А., Мочалова Ю.Д. Применение современных информационных технологий в управлении бизнесом в сфере туризма // Бизнес-образование в экономике знаний. 2018. №3. С 3-6.
2. Ветитнев, А. М. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника / А.М. Ветитнев, Вл.В. Коваленко, В.В. Коваленко. - М.: Форум, 2019. - 400 с.
3. Ленчук Е.Б., Власкин Г.А. Формирование цифровой экономики в России: проблемы, риски, перспективы // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2018. №5. С. 9-21.
4. Морозов М.А. Информационные технологии в туристской индустрии / М.А. Морозов, Н.С. Морозова. М.: КноРус, 2017. 276 с.
5. Морозов М.А., Морозова Н.С. Новая парадигма развития туризма и индустрии гостеприимства в условиях цифровой экономики // Вестник Российского нового университета. Серия: «Человек и общество». 2018. №1. С. 135-141.
6. Родигин, Л. А. Интернет-технологии в туризме / Л.А. Родигин. - М.: Советский спорт, 2017. - 388 с.
7. Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 No 1632-р «Об утверждении программы “Цифровая экономика Российской Федерации”» [Электронный ресурс]. – http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221756/

8. eTravel в России - 2019. Статистика и тенденции [Электронный ресурс].(Дата обращения: 24.11.2020) URL:/https://datainsight.ru/eTravel_2019

АВТОМАТИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ И РОБОТИЗАЦИЯ РИТЕЙЛА В УСЛОВИЯХ ОГРАНИЧЕНИЙ COVID-19

Мартемьянов Н.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Скорость цифровизации бизнеса и общества в условиях начавшейся в 2020 году пандемии, безусловно, возросла. За несколько месяцев произошла цифровая трансформация многих процессов, на реализацию которых раньше бы потребовалось несколько лет. Так, произошел переход к удаленной работе и дистанционному обучению, улучшились показатели удаленных продаж и интернет-продаж и т. д. До сих пор бизнес развивается и адаптируется под актуальные условия, что является свидетельством того, что цифровизация бизнеса стала объективным условием выживания многих компаний.

В условиях рыночной экономики основными способами выживания на рынке для розничной торговли являются повышение доступности товаров, грамотное предоставление товаров потребителю, экономия на всех этапах выбора и получения заказа. В настоящей работе были исследованы основные технологии и тенденции их применения в розничной торговле. Целью исследования является выявление цифровых технологий российских розничных сетей, применяемых в условиях кризиса и пандемии, а также выявление предпосылок для дальнейшей трансформации отрасли. В качестве объектов изучения были выбраны крупные розничные сети: информация о финансовых показателях деятельности, фактических внедренных ими цифровых технологий, основой которой являются вторичные источники и методы наблюдения и прогнозирования.

Представляется, что интернет-магазины в розничной торговле лидируют в применении цифровых технологий [5], однако, это не совсем так. По результатам проведенного исследования лидируют те магазины, которые совмещают онлайн и офлайн шопинг. Если оценивать деятельность розничных сетей с точки зрения технологий, то на данный момент происходит активное освоение онлайн-торговли; уделяется внимание внедрению касс самообслуживания. Таким образом, первоначально можно сделать вывод, что цифровая трансформация розничных сетей происходит в двух направлениях: активное использование цифровых технологий и проведение анализа потребностей покупателей. Отметим, что данные тенденции взаимосвязаны: использование цифровых систем позволяет получить информацию о потребителях и спроса на товары, а внедрение технологий привлекают потребителей.

Текущая деятельность розничных магазинов происходит в условиях влияния пандемии, оказавшее свое влияние в виде синергии бизнес-процессов. Так, общепит стал взаимодействовать с ритейлом – на полках продуктовых сетей появились ресторанные блюда. В ассортименте фэшн-ритейлов и бытовой техники стали появляться продукты питания долгого хранения. Пивовары стали массово переориентироваться на производство антисептиков.

Режим самоизоляции и смещение акцента на дистанционную торговлю подтолкнул многих участников рынка к ускоренному развитию интернет-торговли и уменьшению участия человека в процессах торговли. Так, в целях обеспечения социальной дистанции, снижении трафика покупателей был проведен запуск ритейлеров магазинов без касс и продавцов.

Особые перспективы имеет технология роботизации и автоматизации ритейла в виде полного отсутствия кассиров. Магазины с применением подобных технологий уже работают в тестовом режиме по принципу «умного дома»: датчики контролируют вход, выход и нахождение покупателей в павильоне, регулируют температуру, освещение, вентиляцию

и обеспечивают безопасность [2]. А при помощи установленных в магазинах видеокамер, нейросети ведут учет числа товаров, купленных или только взятых с полки.

Стоит подробнее остановиться на функциональном устройстве, особенностях и возможностях умных полок. В составе «аппаратной начинки» содержится железная основа со световыми датчиками для мониторинга наличия товара на всю глубину выкладки. Сердцем и мозгом системы является специальное устройство-агрегатор, которое консолидирует собираемую с датчиков информацию и передает их в информационную систему для дальнейшей обработки. При этом математическая модель нейронной сети, на которой построена логика работы системы smart-shelf, постоянно совершенствуется в результате самообучения. Параллельно в тандеме работает система видеоаналитики [4]. Нейросеть умной полки собирает информацию с датчиков и автоматически определяет свободное место, а система видеоаналитики дополнительно контролирует, чтобы на полке не было «пустот».

Умные полки на постоянной основе генерируют визуальные отчеты для директора и мерчендайзера магазина по факту выявления нарушений в товарной выкладке. Для корректировки обнаруженных проблем, сотрудники получают от системы push/email задачи на выравнивание «фейсинга», либо на пополнение товара на полках. В случае отсутствия товара на складе, умная полка подает сигнал в основную IT-систему о необходимости скорректировать расчет прогноза на пополнение товарных запасов данного магазина. Особо продвинутые модели smart-shelf могут интегрироваться со сторонними стеллажными системами, «пушерами» и видеокамерами.

Эффект от использования технологий умных полок весьма показателен: по проведенным исследованиям увеличение доступности товара на полках на 2-3% приводит в итоге к увеличению розничного товарооборота на 1% в зависимости от товарной категории и текущей сезонности [1]. Грамотная выкладка и своевременное заполнение товарных пустот, позволяет

покупателям легко ориентироваться среди полок, быстро находить и помещать в корзину нужный товар. Простота навигации и ориентирования самым положительным образом влияет на клиентскую лояльность и повторные покупки, что, в конечном счете, также повышает розничного товарооборота.

Электронные ценники тоже вносят свою долю в повышение эффективности работы магазина. Их использование может существенно снизить временные трудозатраты персонала на обновление цен, а также снизить жалобы от покупателей на отсутствующие или «кривые» ценники в бумажном исполнении. Практически каждый может вспомнить, как был невольным свидетелем конфликтов и скандалов на кассе из-за некорректных цен. А ведь это видят и другие покупатели, стоящие рядом в очереди. Еще одним огромным плюсом использования электронных ценников является динамическое ценообразование, что напрямую влияет не только на снижение потерь, но и на увеличение объема продаж вместе с маржинальностью. Существенный минус тут пока только один – итоговая цена «железа».

Еще одним инновационным трендом в технологическом развитии ритейла являются «умные тележки» со встроенными мобильными кассами самообслуживания. Данные устройства интегрируются со специальным мобильным приложением для покупателей. Для включения тележки, покупатель сканирует QR-код, после чего тележка переводится в рабочий режим с включением цветовой индикации активности. Смарт-тележки оборудуются сканерами штрих-кодов, а модели некоторых производителей дополнительно комплектуются системами взвешивания. Покупаемый товар сканируется и помещается в тележку с отображением всего содержимого на кассовом дисплее. Также отдельно выводится общий вес всех товаров в тележке. При покупке алкоголя, корпус устройства меняет свою цветовую индикацию для дополнительного подтверждения возраста покупателя на выходе из магазина. Кроме того, смарт-тележка может подсказать цену товара, на котором временно отсутствуют ценники, либо их визуализация

затруднена. А если покупатель вдруг откажется от покупки, тележка может отработать и этот момент, не помещая товар в общий список. Некоторые опытные образцы умных тележек конструктивно устроены таким образом, чтобы обеспечивать внутри себя крепление любых сумок и пакетов покупателя. При этом, независимо от размеров сумки или пакета, смарт-тележка корректно взвешивает свое содержимое. Удобство такого подхода очевидно – покупателю после совершения покупки не нужно перекладывать товар из тележки в сумки и пакеты. Плюс, у некоторых моделей существует возможность оплаты покупок без кассы, напрямую из мобильного приложения.

Другой вариант смарт-тележек предлагается в комплекте со специальными антикражными воротами. Взаимодействие покупателя с тележкой также осуществляется через специальное мобильное приложение. Покупатель в приложении сканирует QR-код, тем самым открепляя взятую тележку от стойки и активизируя рабочий режим. Приобретаемый товар сканируется через сканер, расположенный на корпусе тележки, а список покупок при этом синхронно пополняется и обновляется в мобильном приложении. После того, как весь нужный товар собран, покупатель проводит оплату через мобильное приложение, получая после успешной транзакции новый QR-код. Данный код сканируется на антикражных воротах для беспрепятственного выхода из магазина.

Показательным в рассматриваемой отрасли является флагман продуктового ритейла, торговой сети «Пятерочка», которая активно внедряет в свою деятельность кассы самообслуживания собственной разработки. Ритейлер сообщает, что серийный выпуск одной кассы обходится в 4 раза дешевле аналогов сторонних производителей. А за счет «низкоуровневой» интеграции с собственной IT-платформой, стоимость эксплуатации оценивается примерно в 5 раз ниже, чем при использовании аналогичных решений. Высокая стоимость касс самообслуживания сторонних производителей ранее служила препятствием для их массового внедрения,

однако собственное производство позволило достичь определенного ценового баланса и сделать запуск экономически целесообразным.

Особое внимание следует уделить первому магазину «Пятерочка» с полностью автоматизированной системой покупок. «Пятерочка #налету» открылась в Москве и основной целевой аудиторией магазина является новое поколение потребителей, приоритетом которых являются быстрые бесконтактные покупки в магазине шаговой доступности. Так, чтобы воспользоваться услугами магазина, необходимо установить приложение «Пятёрочка #налету», и зарегистрироваться с помощью X5 ID. Система сформирует динамический QR-код, при сканировании которого покупатель может попасть в торговый зал без персонала, где представлено около 900 наименований различной продукции. В магазине используется экспресс-скан с возможностью оплаты в приложении «Пятёрочка #налету» с помощью банковской карты, Apple Pay или Google Pay. При желании покупатель может воспользоваться кассой самообслуживания.

Магазин работает по принципу «умного дома»: на основе архитектуры IoT (интернета вещей) действует система специальных датчиков, которые могут контролировать вход, выход, нахождение покупателей в объекте, освещение, обеспечивают физическую безопасность. Ценники магазина электронные, благодаря чему информацию о стоимости продуктов можно загружать дистанционно. Торговая точка оборудована круглосуточной системой видеонаблюдения, в приложении доступны специальный чат поддержки и горячая линия.

Всё пространство магазина находится под мониторингом видеокамер, что позволяет с помощью нейросети осуществлять контроль товаров, купленных или только снятых с полки. Анализ проводится в режиме реального времени по всем посетителям одновременно. Большинство технологических решений в магазине – собственные разработки X5 [7].

По оценкам «X5 Retail Group», кластер из четырех касс самообслуживания, занимающий площадь одного стандартного кассового

узла, «оттягивает» на себя до 40% покупательского трафика. Также в магазинах фиксируется прирост трафика до 7% в целом. Среднее время покупки составляет около 44 секунд, что намного быстрее, чем при обслуживании покупателя обычным кассиром. По мнению главного исполнительного директора «X5 Retail Group» Игоря Шехтермана, новая касса самообслуживания стала настоящим прорывом для российского ритейла, способным изменить к лучшему покупательский опыт миллионов клиентов, сопутствуя росту таких важных показателей как NPS и PTO. Отметим, что ожидаемый положительный эффект от стратегической цифровой трансформации X5 в 2020 году на показатель EBITDA Компании составляет 6,7 млрд рублей [7].

Основной конкурент «Пятерочки» – федеральная торговая сеть «Магнит» успешно вклинивается в технологическую гонку остальных лидеров ритейла, открыв пилотный магазин формата «у дома» с бесплатным Wi-Fi, кассой самообслуживания и парковкой для собак. Торговая точка оборудована системой проведения оплаты через сканирование лица и портативными сканерами, позволяющими выполнить «цифровой трансфер» покупок в базу данных кассы самообслуживания. А за наличием запаса товара на полках и отсутствием очередей будет зорко следить передовая система видео-аналитики. Парковка для собак – это отличная маркетинговая задумка для комфортного посещения магазина жителями близлежащих домов, выгуливающих своих питомцев. Ведь даже в самый разгар пандемии, выгул собак, помимо походов в магазины и аптеки, была одной из разрешенных активностей вне дома.

На системах видеоаналитики и мониторинга стоит остановиться более подробно. Автоматическое отслеживание «пустот» в товарной выкладке, как и выявление образования «боттлнеков» (бутылочных горлышек) в виде покупательских очередей – одни из самых интересных, и что немаловажно – решаемых задач в ритейле. Технически решение устроено следующим образом: размещенные над полками камеры фиксируют «пустоты» на

полках, выполняется «мэтчинг» (сопоставление) товаров с ценниками под ними, и при наличии нарушений подается сигнал о выявленных проблемах. На кассах системой на основе 3d-изображения оценивается длина и подвижность очереди, выявляется количество одновременно стоящих в очереди людей, и при превышении определенного лимита (обычно это 5 и более человек) подаются соответствующие сигналы для перераспределения потоков на свободные кассы. По некоторым оценкам, использование предиктивной видеоаналитики позволяет снизить очереди в кассах вплоть до 70%.

Видеоаналитика помогает ритейлерам не только отслеживать пустоты на полках и бороться с очередями в магазинах, но и решать целый спектр других задач. Некоторые торговые сети уже начинают подключать системы онлайн-мониторинга загруженности собственных магазинов. Подобные решения основаны на двух технологиях: подсчете пробиваемых чеков в единицу времени и детекции кассовых очередей. Скоринговая система анализирует оба источника данных и рассчитывает рейтинг загруженности каждой торговой точки в сети. Рейтинг может рассчитываться также для отдельно взятых касс. Информация о загруженности выводится на сайте компании и в мобильном приложении, с дополнительной интеграцией с картографическими сервисами «Яндекс.Карты» или «Google Maps».

С учетом современного развития алгоритмов машинного обучения и совершенствования аппаратных возможностей различных девайсов, наблюдается тенденция миграции выполняемых расчетов из облачных датацентров на конечные устройства. Тем самым ускоряется процесс получения результатов, т.к. часть работы перекладывается на смартфоны, планшеты и видеокамеры. Современные модели видеокамер, к примеру, уже умеют выполнять обработку видеосигнала и анализировать данные через свою электронную начинку. Такой перенос расчетов по обработке данных из «облака» на устройства носит термин «edge computing», т.е. периферийные вычисления.

За счет технических возможностей и последних достижений инженерной мысли, торговые сети могут получить существенную экономию трафика, т.к. перекладывая расчеты на видеокамеры, теперь не нужно «гонять» огромные массивы данных туда-сюда. Кроме того, за счет обработки данных на конечных устройствах, минимизируется временной лаг и задержки на реакцию того или иного события. Принимать решения теперь можно практически мгновенно. Говоря о технологиях компьютерного зрения, стоит отметить, что системы видео-аналитики способны решать и насущные задачи, связанные к примеру, с соблюдением социальной дистанции. Мировой гигант интернет-ритейла, компания «Amazon», запустила в работу технологию определения нарушений социального дистанцирования своих складских работников. Трафик движения работников выводится на мониторы, и в случае нарушения дистанции в шесть футов (1,8 метра), система помечает нарушителя цифровой меткой в виде красного круга.

Особое место в условиях пандемии заняли разработчики робототехники, специализирующиеся на автоматизации складов и логистических центров. По некоторым оценкам, внедрение складских роботов позволяет увеличить пропускную способность складских комплексов и терминалов в несколько раз. По прогнозам, к 2025 году общее число используемых «железных работников» достигнет нескольких миллионов. Как мы уже упоминали ранее, пандемия стимулирует развитие сервисов доставки, и, как следствие – региональной логистической инфраструктуры. Чем больше будет строиться складов, хабов и терминалов, тем больше будет вероятность встретить там роботов, берущих на себя рутинную, тяжелую и небезопасную работу. Эффект от их использования особенно заметен на таких затратных по времени задачах как инвентаризация складских запасов, сортировка и комплектация заказов.

Отметим, что цифровая трансформация отрасли проходит быстро, и трудно представить, как отрасль будет выглядеть через несколько лет и какие технологии закрепятся в ее деятельности, а какие нет. Опираясь на процессы,

происходящие сейчас, можно сказать, что будущее основано на удешевлении процесса торговли, а значит, произойдет изменение формата магазинов. Практически все розничные сети развивают онлайн-продажи, данное направление будет развиваться, возможно, уменьшиться количество розничных магазинов, увеличиться поток онлайн-продаж с использованием виртуальной и дополненной реальности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Магазин-лаборатория расширит воронку инновация X5 [Электронный ресурс]. URL: https://www.x5.ru/ru/PublishingImages/Pages/Media/News/x5-lab.pdf (дата обращения: 26.11.2020)
2. Пелет, Ж.Э. Цифровая трансформация ключевых бизнес-процессов в розничной торговле / Ж.Э. Пелет, С.А. Смирнов // Третья международная конференция «Управления бизнесов в цифровой экономике». Сборник тезисов выступлений. СПб.: ИПЦ СПбГУПТД, 2020. С. 43-47.
3. Перепечаева, Д.М. Перспективные направления использования цифровых технологий в розничной торговле РФ / Д.М. Перепечаева // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. С. 160-162.
4. Филлипс, П.Д. Система и способ для умного дисплея розничной торговли / П.Д. Филлипс // Патент на изобретение [Электронный ресурс]. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=42712859 (дата обращения: 26.11.2020)
5. Цифровая революция: исследование потребительского поведения в России за 2018 год [Электронный ресурс]. URL: https://www.pwc.ru/ru/retail-consumer/publications/retail-rus/gcis-consumer-ru-final.pdf (дата обращения: 26.11.2020)
6. Цифровая активность организация розничной торговли // Институт статистических исследования и экономики знаний. М.: НИУ ВШЭ, 2019. 13 с.
7. X5 Retail Group: официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: https://www.x5.ru/ru/ (дата обращения: 26.11.2020)

МОДЕЛЬ ОЦЕНКИ И ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ РИСКОВ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ В РАМКАХ СТРАТЕГИИ ВНЕДРЕНИЯ ЦИФРОВЫХ РЕШЕНИЙ

Мартынова Т.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Деятельность предприятия сегодня отличается активным внедрением цифровых технологий, а цифровая трансформация становится важнейшей стратегией для всех отраслей промышленности. Следует выделить различные проблемы, которые препятствуют цифровой трансформации. Эти проблемы могут возникать на всех этапах цифровой трансформации. Типичные барьеры включают недостаточный уровень цифровизации, отсутствие необходимых компетенций, неэффективные бизнес-процессы, высокие риски и затраты на внедрение [2].

На стадии планирования процесса внедрения элементов цифровизации необходимо предупреждать и продумывать пути решения возможных рисковых ситуаций таких, как сопротивление, скептический настрой, низкая заинтересованность персонала, внешнего консалтинга. А также других возможных рисков: пере- или недооценка готовности предприятия к реализации проектов; технологическая, физическая и организационная неготовность [4].

Возникновение риска представляет собой снижение общей эффективности проекта и деятельности предприятия в целом. Важно идентифицировать возможный риск, классифицировать его, рассчитать уровень риска и своевременно принять меры по его предотвращению или смягчению последствий его возникновения. Таким образом, при разработке проектов внедрения компонентов цифровизации обязательным является риск-ориентированный подход. В связи с этим в работе решается задачи по выявлению, классификации, оценке возможных рисков. Автором предложен модель по оценке и предупреждению рисков.

В рамках **первого** этапа данной модели оценки и предупреждения рисков необходимо уметь идентифицировать возможные риски среди множества событий. Таблица 1 содержит вопросы в зависимости от фазы проекта, ответы на которые способствуют выявлению и идентификации возможных рисков.

Таблица 1. Ключевые вопросы определения рисков по фазам проекта.

Фаза запуска проекта
Всем ли ясны поставляемые результаты?
Являются ли решающие факторы успеха четко сформулированными и измеримыми?
Принимает ли участие в проекте бизнес-спонсор/бизнес-группа?
Четко ли сформулированы ожидания результатов работы команд?
Сменился ли бизнес-спонсор в течение проекта?
Уверены ли руководство бизнес-сферы и/или высшее руководство ИТ в правильности описания бизнес-ситуации?
Фаза планирования
Является ли график реалистичным или сроки выполнения операций и задач чрезмерно оптимистичны?
Является ли бюджет реалистичным, или он основан на нереалистичных оценках?
Вовлечено ли в проект большое количество пользователей?
Насколько зависит ли своевременное получение поставляемых результатов проекта от внешних ресурсов?
Имеет ли команда опыт работы с этой компанией?
Наблюдается ли высокий уровень текучести кадров в вовлеченной бизнес-сфере? Создан ли план на случай непредвиденных обстоятельств?
Являются ли роли членов команды четко сформулированными и задокументированными?
Предусмотрены ли в плане резервные интервалы времени на случай непредвиденных обстоятельств?
Имеет ли руководитель проекта достаточно времени для участия в проекте?
Фаза выполнения/контроля
Вовлечены ли в проект несколько внешний компаний?
Имеет ли текущая команда опыт работы с проектами этого вида?
Существуют ли географические препятствия успешности проекта?
Осуществляется ли управление рисками?
Осуществляется ли управление бюджетом?
Осуществляется ли управление графиком?
Пополнялись или изменялись ли ключевые ресурсы в течение проекта?
Фаза закрытия
Все ли поставляемые результаты были приняты?
Действительно ли заказчики удовлетворены продуктом/услугой?

При внедрении цифрового решения на промышленном предприятии посредством консалтинговых услуг сторонних организаций могут возникнуть разного характера риски, например, технологическая неготовность, организационная неготовность, недостаточная компетенция консалтинга, некачественная проработка плана проекта (сроки, этапы), непредвиденные ситуации (Covid и т д), некачественная информация на входе, недобросовестное отношение внутренних топ-менеджеров к проекту и пр. Поэтому после

идентификации возможных рисков появляется необходимость в систематизации информации о них.

Вторым этапом модели является классификация возможных рисков.

После определения риска необходимо разделить все возможные риски по классам. На рисунке 2 автором предложена классификация рисков.

Риски, связанные с руководством проекта			
☐	Размещенные работы и задачи задокументированы, но имеют нереалистичные временные рамки.	☐	Нет четкого определения объема проекта, целей, задач и поставляемых результатов.
☐	Масштаб продукта превышает оцененный.	☐	Проект лишен поддержки высшего руководства.
☐	Объем работ превышает оцененный.	☐	Подобные проекты ранее были отложены или отменены.
☐	Целевая дата передвигается без соответствующей корректировки объема продукта или доступных ресурсов.	☐	Стандарты производительности нереалистичны или отсутствуют.
☐	Не осуществляется управление требованиями.	☐	Отсутствуют разработанные планы на случай непредвиденных обстоятельств.
☐	Финансовый план является нереалистичным и не основывается на оперативных оценках.	☐	Вероятность успеха проекта высока, но за счет полной отдачи членов команды, что может стать причиной текучести кадров.
☐	Неточное отслеживание динамики приводит к неосведомленности относительно того, опережает ли процесс реализации проекта график или отстает от него.	☐	Заказчик не участвует в проекте.
Риски, связанные с ресурсами			
☐	Между членами проектной команды и заказчиками существуют разногласия.	☐	Новые сотрудники включаются в проект слишком поздно, что вызывает потребность в дополнительном обучении.
☐	Сотрудники с наиболее подходящей квалификацией не привлекаются к участию в проекте.	☐	Роли членов команды не соответствуют их квалификации.
☐	Сотрудникам необходимо дополнительное время на изучение незнакомых процессов и процедур.	☐	Члены команды не заинтересованы в проекте и, следовательно, уровень производительности ниже расчетного.
☐	Подбор персонала отнимает больше времени, чем предполагалось.		
Риски, связанные с заказчиком			
☐	Заказчик не участвует в анализах, что приводит к постоянному изменению требований, отнимающему много времени.	☐	Заказчик предоставляет ответы на вопросы медленней, чем ожидалось.
☐	Заказчик отказывается принимать поставляемые результаты проекта даже в том случае, если они отвечают критериям приемки.	☐	Проектная команда не может удовлетворить ожидания заказчика.
Риски, связанные с качеством (технические)			
☐	Чрезмерно упрощенный подход не обеспечивает разрешения основных проблем проекта.	☐	Неточное отслеживание качества приводит к неосведомленности о проблемах вплоть до возникновения критической ситуации.
☐	Операции по обеспечению качества и управлению качеством недостаточно эффективны.	☐	Отсутствие надлежащих инструментальных средств управления проектами.
Риски, связанные с конечными пользователями (технические)			
☐	Конечные пользователи недовольны продуктом и требуют внесения изменений в структуру и переработки решения.	☐	Не были учтены исходные ожидания конечных пользователей, в результате чего продукт не соответствует этим ожиданиям и требует доработки.
Риски, связанные с требованиями (технические - управление операциями по контролю изменений)			
☐	Не был создан прототип требований, они изменяются без формального контроля со стороны группы управления изменениями.	☐	Удовлетворение требований занимает больше времени, чем предполагалось.
☐	Команда не контролирует процесс взаимодействия с внешними сторонами, что приводит к возникновению непредвиденных ситуаций.	☐	Незнакомые и нецелесообразные процедуры являются причиной непредвиденных проблем.
Риски условий эксплуатации			
☐	Неожиданное изменение правовых норм.	☐	Неожиданное изменение технических стандартов.
Риски поставщика			
☐	Подрядчики не соблюдают сроки поставок компонентов.		

Рисунок 2. Классификация рисков

Особенностью данной классификации является наличие контрольного списка по каждому классу рисков. Контрольный список определения рисков проекта содержит контрольные пункты по классам, которые предоставляют поддержку при отнесении рисков к тому или иному классу. После определения класса риска он регистрируется в журнале рисков проекта (таблица 2).

Таблица 2. Журнал рисков и ответных мер.

Цель использования	**Журнал рисков и ответных мер используется проектной командой для документирования описаний и оценки рисков. Журнал рисков и ответных мер предоставляет ссылочную информацию и поддержку проектной команде при оценке и анализе рисков. (Риском называется вероятное событие или условие, которое при возникновении может оказать положительное или отрицательное влияние на задачи проекта).**

Определение проекта			
Название проекта			**Наименование Заказчика**
Спонсор проекта	**Директор проекта от Заказчика**		**Директор проекта от Исполнителя**
Руководитель проекта от Заказчика			**Руководитель проекта от Исполнителя**

№	Дата выявления	Описание риска	Класс	Потенциальное влияние	Ответственный за риск	Вероятность возникновения (1 - 5)	Влияние риска (1 - 5)	Уровень риска (1 - 25)	Реакция на риск	Статус	Дата реакции на риск	Наличие плана
1	08-Aug-20	На совещаниях, связанных с НСИ нет Технологов	Риск, связанный с руководством проектом	Качество НСИ низкое	Руководитель проекта от предприятия	5	5	**25**	Устранение	Рассматривается	23-Aug-20	Нет
2	01-Sep-20	Сотрудникам необходимо дополнительное время на изучение незнакомых процессов и процедур.	Риск, связанный с ресурсами	Низкое качество проработки бизнес-процесса по направлению	Руководители проекта	3	5	**15**	Снижение	Рассматривается	28-Sep-20	Нет
3	25-Sep-20	Заказчик предоставляет ответы на вопросы медленней, чем ожидалось.	Риск, связанный с заказчиком	Снижение эффективности проекта, срыв сроков	Топ-менеджмент	2	5	**10**	Снижение	Выполняется	30-Sep-20	Нет
4	18-Oct-20	Отсутствие необходимой техники на всех рабочих местах	Технический риск	Низкий уровень владения ИС, низкая скорость коммуникаций	Руководители по направлениям	4	4	**16**	Снижение	Завершено	01-Nov-20	Да
5	27-Oct-20	Возникновение пандемии	Внешний риск	onlain взаимодействие. Работа в удаленном режиме	Топ-менеджмент	4	3	**12**	Принятие	Выполняется	01-Nov-20	Да
6	01-Nov-20	Подрядчики не соблюдают сроки проекта	Риск, связанный с поставщиком	Снижение эффективности проекта, срыв сроков	Руководители проекта	4	3	**12**	Снижение	Выполняется	15-Nov-20	Да

Третьим этапом после классификации возможных рисков является заполнение журнала рисков. Журнал рисков представляет собой таблицу, в которой систематизирована информация о возможном риске, представлены параметры и характеристики возможного риска (таблица 2). Каждому сотруднику предприятия при выявлении возможного риска необходимо внести данные в журнал рисков согласно инструкции в таблице 3.

Таблица 3. Инструкция по вводу данных в журнал рисков.

Поле	**Инструкции**
Номер риска	Вносите риски под номерами по порядку.
Дата	Введите дату первого выявления риска.
Описание риска	Опишите риск - событие или условие, которое положительно или отрицательно влияет на выполнение задач проекта (например, прекращение поддержки закупаемого ПО производителем через 2 месяца).
Класс	Риски подразделяются на определенные классы. Выберите соответствующие классы рисков: руководство проектом, ресурсы, заказчик, технические риски, риски, связанные с внешними факторами или поставщиками. (См. ключевые вопросы по определению рисков ниже).
Потенциальное влияние	Определите потенциальное влияние риска на проект (например: отсутствие поддержки продукта поставщиком неблагоприятно повлияет на развертывание).
Ответственный за риск	Введите имя ответственного за риск сотрудника для обеспечения обратной связи.
Вероятность возникновения	Укажите вероятность возникновения риска по 5-балльной шкале (1 = низкая, 5 = высокая).
Влияние риска	Определите потенциальное влияние риска на проект по 5-балльной шкале (1 = низкое, 5 = высокое).
Уровень риска	Рассчитывается автоматически путем умножения вероятности возникновения на влияние риска. (Пороговое значение для заполнения подробной формы ответных мер: 15. Если уровень риска равен 15 или выше, заполните подробную форму ответных мер.)

Реакция на риск	Выберите одну из приведенных ниже ответных мер.
	Принятие: принятие существующих обстоятельств, что не повлияет на успешность всего проекта, но может вызвать задержку достижения вехи.
	Устранение: устраните причину риска - измените направление проекта для защиты задач проекта от негативного влияния.
	Снижение: проведите мероприятия по сокращению вероятности возникновения риска до приемлемого уровня.
	Перенос: перенесите сферу ответственности за управление риском, включая право принятия решений и приемки результатов. Перенос не означает устранение риска.
Статус	Выберите из списка статус риска: новое, рассматривается, выполняется, завершено.
Дата реакции на риск	Введите дату применения/внедрения стратегии реакции.
Наличие плана	Введите "Да", если план на случай непредвиденных обстоятельств был разработан. В противном случае введите "Нет".

Предлагается вносить данные о возможных рисках на любом этапе проекта и любым участником процесса. Результатом каждого пункта журнала рисков является автоматически рассчитанный уровень риска. Уровень риска представляет собой произведение вероятности возникновения риска на ущерб от его наступления. В таблице 2 для примера введены данные по каждому классу риска. Согласно данным таблицы по п.1 и п.4 наиболее высокий уровень риска.

На **четвертом** этапе результаты расчета уровней рисков распределяются по рангам согласно матрице анализа риска (рисунок 3).

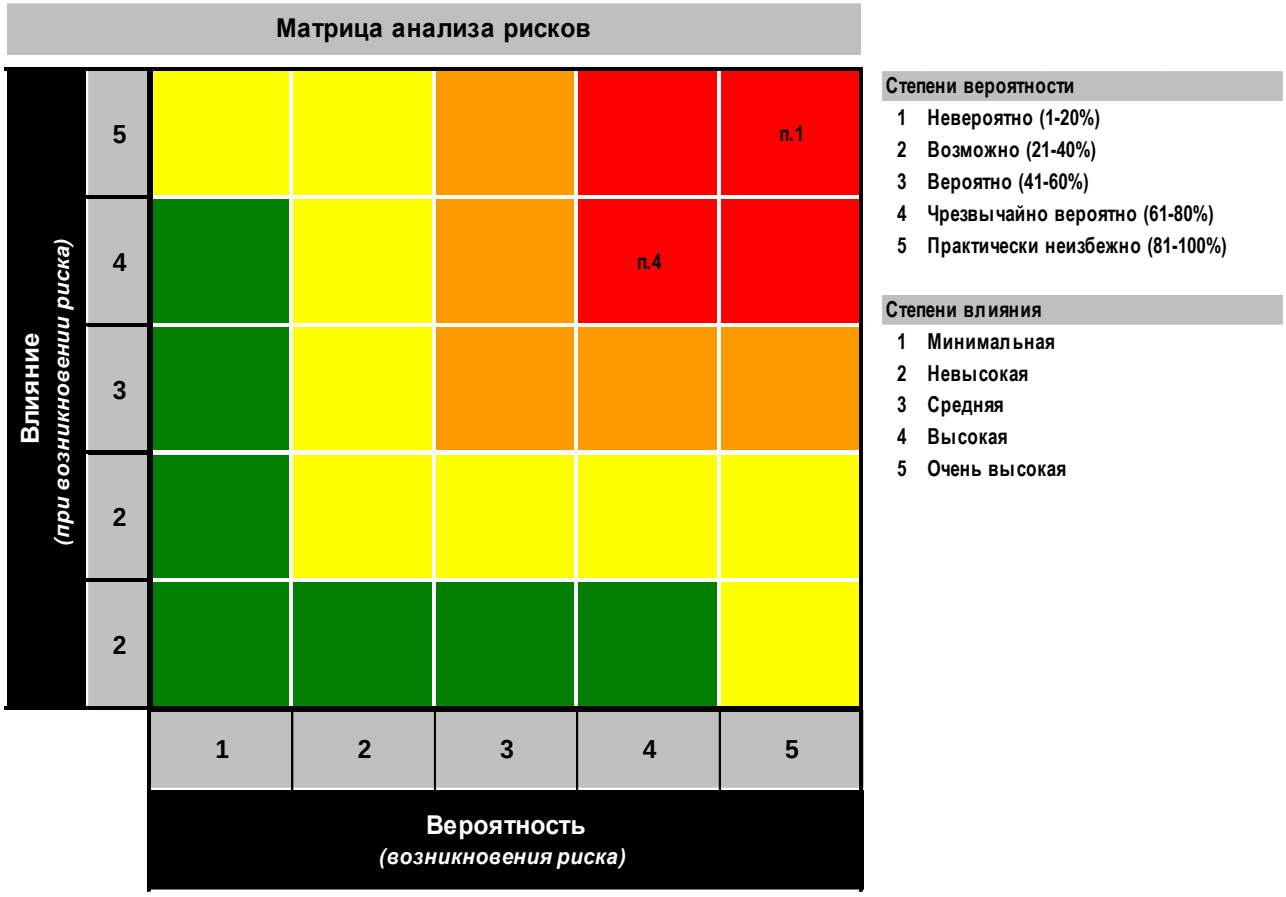


Рисунок 3. Матрица анализа риска

Согласно ранжированию рисков по матрице анализа рисков необходимо планировать непредвиденные обстоятельства. Необходимо разработать план на случай непредвиденных обстоятельств для рисков, относящихся к "красной зоне". Следует рассмотреть возможность разработки плана на случай непредвиденных обстоятельств для рисков, относящихся к "оранжевой зоне".

План на случай непредвиденных обстоятельств реализуется при возникновении риска и направлен на минимизацию влияния риска на успешную реализацию проекта.

Таким образом, использование данной модели оценки и предупреждения рисков позволит предприятиям структурировать информацию о рисках, ввести процедурный аспект управления рисками на каждом этапе реализации проекта и осуществить обратную связь между участниками проекта. Внедрение

централизованной системы оценки рисков способно также решить проблему появления непредвиденных рисков для предприятия и его проектов, упростить принятие решений в области рисков и снизить затраты на управление рисками по сравнению с существующим уровнем [3]. Начав реализацию стратегии цифровизации, промышленным предприятиям необходимо, по нашему мнению, проводить не только оценку готовности, автоматизации, чистоты данных, но и предупреждать возможные риски.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Мазура И.И. Управление проектами: учеб. пособие – 2-е изд. – М.: Омега-Л, 2004. – 664 с.

2. Сидоренко Ю.А., Фролов В.Г., Павлова А.А. Основные экономические факторы развития автомобильного производства в России в рамках концепции «Индустрия 4.0 // Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы. – СПб.: СПб. политех. ун-т П. Великого, 2017.

3. Сиразетдинова А.З. Модель управления рисками проекта на промышленном предприятии // ВЭПС. 2012. №1.

4. Фролов В.Г., Трофимов О.В., Мартынова Т.С. Анализ готовности металлургического предприятия к «Индустрии 4.0» и стратегия внедрения цифровых решений // Креативная экономика. – 2019. – Том 13. –№ 6. – С. 1117-1132. doi: 10.18334/ce.13.6.40708

ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ И РАЗВИТИЕ МЕТОДИК ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЬЕКТА

Минько Т.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И.Лобачевского

Каждый экономический субъект должен осуществлять внутренний контроль фактов хозяйственной жизни, а если бухгалтерская (финансовая) отчетность подлежит обязательному аудиту, то компания обязана осуществлять внутренний контроль ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности, за исключением

случаев, когда ее руководитель принял обязанность ведения бухгалтерского учета на себя. Внутренний контроль - это процесс, выполняемый органом управления или другими специалистами, для получения информации о выполнении таких задач, как достоверность финансовой (бухгалтерской) отчетности, рациональность и эффективность деятельности, соблюдение нормативных актов.

В статье 19 Федерального закона «О бухгалтерском учете» сказано, что компании, отчеты которых подлежат обязательному аудиту, должны осуществлять внутренний контроль бухгалтерии. Другим же организациям достаточно проверять только выполненные хозяйственные операции. Руководство больше заинтересовано в проведении внутреннего контроля экономического субъекта, поскольку финансовая стабильность операций зависит от эффективности этих мер, а их отсутствие может отрицательно сказаться на предприятие в целом, например, потеря финансовой прибыли из-за ошибки сотрудника бухгалтерии в несоблюдении нормативных актов ЦБ РФ или Федерального закона. Порядок осуществления контроля должен быть утвержден при формировании организацией своей учетной политики. Таким образом, организация бухгалтерского учета и внутреннего контроля фактически присутствует во всех компаниях, руководство которых стремится минимизировать финансовые риски, а также избежать ненужных споров с ИФНС.

Функции внутреннего контроля может быть реализованы несколькими способами. Во-первых, создание собственной службы внутреннего контроля, если организация для этого обладает необходимыми финансовыми ресурсами. Во-вторых, выполнение всех функций контроля специализированной компании (аутсорсинг). В-третьих, создание службы внутреннего контроля внутри предприятия или привлечение экспертов специализированной компании для выполнения заданий (косорсинг).

Системный подход к реализации требований к сотрудникам, осуществляющим работу в информационной системе, в значительной

степени снижают риск искажения совершенных операций и обеспечивают достоверность содержащейся в ней информации. Информационная система, связанная с подготовкой финансовой (бухгалтерской) отчетности, обеспечивает понимание сотрудниками обязанности и ответственности, связанных с организацией и применением системы внутреннего контроля. Главной составляющей системы является функция информирования персонала о значимости его участия в процессах и связи его действий в информационной системе с работой других сотрудников, а также понимание способов доведения до руководителей соответствующего уровня информации о каких-либо исключительных ситуациях. Выделим основные функции внутреннего контроля:

1. Защитная функция. Она обеспечивает сохранность всех активов, документов и регистров организации с помощью надежной системы контроля в целях предотвращения их хищения, использования в неподобающих целях или случайного уничтожения.

2. Оперативная функция, осуществляемая низшим управленческом звеном организации. Операционный контроль обеспечивает надежность информации, а также информирует о текущей деятельности компании на основании бухгалтерских данных. Своевременная и точная фиксация финансовых операций позволяет в правильной форме классифицировать финансовые операции для дальнейшего включения в финансовую (бухгалтерскую) отчетность.

3. Оценочно-аналитическая функция. Она осуществляет оценку объектов учета таким образом, чтобы соответствующая информация могла быть включена в финансовую (бухгалтерскую) отчетность в надлежащем суммовом выражении.

4. Регулятивная функция. Она заключается в обеспечении эффективности хозяйственной деятельности в целях избежания непроизвольных затрат во всех областях хозяйственной деятельности, а

также предотвращении неэффективного использования всех прочих ресурсов.

5. Предупредительная функция. Данная функция проявляется на стадии предварительного контроля при постановке проблемы. Предупредительная функция обеспечивает необходимую степень уверенности в том, что сотрудники предприятия строго соблюдают требования и правила, которые закреплены внутренними документами, в учетной политике предприятия, а также выполняют требования федеральных законов и иных правовых актов Российской Федерации и местных органов власти при осуществлении финансовых хозяйственных операций.

Таким образом, рассмотренные функции внутреннего контроля экономического субъекта показывают пользу и цель их проведения для организации и ее руководства.

Технический и информационный прогресс не стоят на месте. Информационная система предполагает, что люди выполняют соответствующие процедуры в отношении различных данных с помощью специального оборудования и программного обеспечения. Информационная система бухгалтерского учета – это информационная система, связанная с подготовкой финансовой отчетности. Наиболее эффективным инструментом цифровизации бухгалтерского учета с каждым годом становится технология блокчейн. Основная задача технологии блокчейн заключается в выстраивании по определенным правилам непрерывной последовательности блоков. Каждый блок системы имеет прямую связь с предыдущим блоком, закрепленную цифровой подписью. Главными преимуществами данной программы являются: сохранность данных при постоянной цифровой записи, надежность и скорость выполняемых хозяйственных операций, а также исключение ошибок, связанные с «человеческими факторами». Сейчас блокчейн больше используют крупные банки, инвестиционные фирмы, платежные сервисы и другие организации.

Для развития системы внутреннего контроля экономического субъекта в условиях цифровизации экономики необходимы следующие мероприятия. Во-первых, модернизация объектов, программ, которые проводят контрольные процедуры в отношении обработки информации, выполняющие точные проверки и специальные операции. В области информационных систем контрольные процедуры делятся на две большие группы средств контроля: общие средства контроля и прикладные средства контроля. Общие средства контроля применимы к универсальным компьютерам, мини-компьютерам и вычислительным машинам конечных пользователей в локальных сетях. Прикладные средства контроля применяются к обработке отдельных видов информации. Эти средства контроля помогают удостовериться, что осуществленные хозяйственные операции были санкционированы в полном объеме и точно зафиксированы и обработаны. Во-вторых, развитие системы внутреннего контроля с использованием сбалансированной системы показателей – создание общей базы для контрольных измерений. Например, создание программы, которая одновременно способна и проверять информацию, и в установленные сроки рассылать обработанные показатели сотрудникам внутри компании для дальнейшей работы с ней. В-третьих, совершенствование организационных структур для контрольных процессов, а также предотвращение бюрократизации контроля. Стоит отметить, что особое внимание необходимо уделять малому и среднему предпринимательству, которые уступают крупным компаниям и представителям финансовых институтов в части приобретения цифровых технологий. Однако малое и среднее предприятие обладают определенными преимуществами перед крупным бизнесом по мобильности приспособляемости к изменяющимся условиям рынка. Но, несмотря на это, крупные компании, имеют больше шансов приобрести хорошую систему безопасности, включающая все методы проверки и контроля показателей внутри организации, там самым минимизируя свои риски. Так, использование цифровых технологий позволяет бизнесу

сократить расходы на его организацию и ведение, перенеся большую часть работ в информационные системы, используя современное программное обеспечение.

Таким образом, внутренний финансовый контроль экономического субъекта в цифровой экономике направлен на создание единой информационной системы, учитывающая все изменения законодательства РФ, а также соблюдения в сфере финансовой деятельности; внутренних процедур составления, повышение качества составления и достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности и ведения учета на предприятии. Бухгалтерский учет требует особого подхода и разработок. Необходимы денежные средства на обучение специалистов (бухгалтеров), на приобретение цифровых технологий на предприятиях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Каковкина, Т. В. Аудит и оценка системы внутреннего контроля//Аудиторские ведомости - 2020. -№ 9

2. Панфилова, Е.А., Шульга С.А. Соотношение понятий «внутренний аудит» и «система внутреннего контроля» / В сборнике: Актуальные аспекты инновационного экономического и юридического развития в условиях роста напряженности вокруг России Межвузовская научно-практическая конференция. Министерство образования и науки РФ, Филиал НОУ ВПО «Московский институт предпринимательства и права» в г. Ростове-на-Дону. 2019. С. 221-228.

3. Полисюк, Г. Б. Место и роль внутреннего аудита в системе внутрифирменного контроля. 2011//Все для бухгалтера, 2019. № 7

4. Сонин, А.М. Внутренний аудит: правило трёх «В»//Акционерное общество: вопросы корпоративного управления. -2019. -№ 2. -С. 54-60.

5. Федеральный закон от 6 декабря 2011 года № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете». Статья 19 «Внутренний контроль» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: СПС «Консультант-Плюс» (дата обращения: 19.11.2020).

6. Перечень терминов и определений, используемых в правилах (стандартах) аудиторской деятельности (одобрен Комиссией по аудиторской деятельности при Президенте РФ 25 декабря 1996 года). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: СПС «Консультант-Плюс» (дата обращения: 19.11.2020).

7. Постановление Правительства РФ от 23 сентября 2002 года № 696 «Об утверждении федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: СПС «Консультант-Плюс» (дата обращения: 19.11.2020).
8. Положение ЦБР от 16 декабря 2003 года № 242-П «Об организации внутреннего контроля в кредитных организациях и банковских группах». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: СПС «Консультант-Плюс» (дата обращения: 19.11.2020).
9. Федеральный закон от 30 декабря 2008 года № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: СПС «Консультант-Плюс» (дата обращения: 19.11.2020).
10. Федеральный закон от 1 декабря 2007 года № 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: СПС «Консультант-Плюс» (дата обращения: 19.11.2020).

ОСОБЕННОСТИ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ВВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

Мозжухина Д.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

ННГУ им. Н.И. Лобачевского В текущих кризисных условиях экономики, затронувших фактически все возможные сферы деятельности, необходимо обратить внимание на ряд мер, дающих возможность сохранить и грамотно применить имеющиеся ресурсы. В данном контексте, считаю необходимым рассмотреть формат организации в компании системы внутреннего контроля.

Актуальность темы определяется тем, что именно внутренний контроль представляет собой сектор управления, позволяющий минимизировать затраты при достижении поставленных целей. Грамотно функционирующий внутренний контроль существенно повышает эффективность работы каждого отдельного подразделения предприятия. В рамках внутреннего контроля фиксируются и исправляются текущие нарушения, предупреждаются

возможности их повторения в будущем. Создание и развитие собственной фирмы, способной справиться с внутренней и внешней конкуренцией — длительный комплексный процесс, для которого необходимы как существенные вложения средств, так и разумная организация структуры этой фирмы.

Понятие «внутренний контроль» имеет целый ряд различных определений. Впервые определение было введено в 1992 году Комитетом организаций-спонсоров Комиссии Тредвея (англ. The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, COSO). Модель COSO представляет внутренний контроль как процесс, подконтрольный высшему руководству, менеджменту и остальному персоналу предприятия, осуществляемый в целях обеспечения «разумной уверенности» относительно прогресса в рамках данных категорий:

– операционная эффективность и общая продуктивность деятельности;
– корректность финансовой отчетности;
– законность деятельности и соответствие внутренним правилам. [6]

Согласно практическим наблюдениям, система внутреннего контроля формирует основу для повышения эффективности компании, в рамках ее финансовых показателей и принятия качественных и своевременных решений управленческого характера. [9]

С точки зрения закона ответственность за отсутствие в организации службы внутреннего контроля не предусмотрена. Ценой за это будут являться в первую очередь финансовые потери по итогам различного рода проверок.

Масштаб деятельности организации оказывает прямое влияние на проблемы повышения качества и эффективности, а значит пропорционально растут требования к уровню внутреннего контроля. [9]

На территории Российской Федерации во всех сферах за исключением банковской решений по созданию органа внутреннего контроля оставалось за собственниками до 2012 года внутреннего контроля включительно. С 1

января 2013 г. согласно ст. 19 Федерального закона от 06.12.11 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» все экономические субъекты должны осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни, а те, которые подлежат обязательному аудиту, – также и внутренний контроль ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской отчетности (за исключением случаев, когда руководитель принял обязанность ведения бухгалтерского учета на себя). [1] Практические рекомендации по осуществлению внутреннего контроля как хозяйственной жизни организации, так и ее бухгалтерской отчетности, содержатся в Информации от Минфина РФ № ПЗ-11/2013.

Внутренний контроль можно разделить по типам [8]:

1. неавтоматизированный – осуществляется его субъектами вручную;
2. не полностью автоматизированный – производится его субъектами с использованием технических средств, фиксирующих информацию (штрих-коды и терминалов для их считывания при приеме имущества на склад).;
3. полностью автоматизированный – производится в абсолютно автоматическом режиме в ведении субъектов внутреннего контроля.

Виды контроля могут быть разделены на три уровня:

1. Предварительный предполагает выявление необходимости и определение безопасности предстоящих решений, влияющих на благосостояние организации.
2. Текущий контроль позволяет избавиться от необоснованных трат и прочих рисков, которым может подвергнуться компания, а также дает возможность анализировать ежедневное ведение отчетности.
3. Последующая ревизия подводит итог соответствия документации реальным фактам хозяйственной жизни, а также подтверждает законность сделок. Кроме того, в ходе последующего контроля проходит инвентаризация и прочие подобные мероприятия, позволяющие определить значимость конкретной операции для благополучия организации.

В рамках изучения процесса внутреннего контроля необходимо рассмотреть понятия объекта, субъекта и предмета внутреннего контроля.

За объект принято считать звенья системы управления предприятием, на которые направляется контроль и его воздействие. К объектам можно отнести:

1. ресурсы предприятия;
2. средства и системы информатизации;
3. решения управленческого характера;
4. результаты деятельности компании;
5. временные аспекты.

Объекты внутреннего контроля, равно как и их выбор для предприятия базируется, в первую очередь, на его целях. Предмет внутреннего контроля являет собой наличие, состояние, действие звена системы управления предприятием. [3]

Все субъекты внутреннего контроля можно распределить на несколько уровней относительно важности в процессе контрольных мероприятий [4]:

1. Первый уровень внутреннего контроля включает сотрудников организации, непосредственно или опосредованно осуществляют контроль;
2. Второй уровень. Контроль не входит в их полномочия напрямую, однако, по необходимости они осуществляют также и контрольные функции (бухгалтер, следящий за правильностью оформления первичных документов);
3. Третий уровень выполняет контрольные функции в рамках своих полномочий (планово-экономическая служба, кадровая служба);
4. Четвертый уровень. Контрольные функции являются их прямыми обязанностями (управленческий аппарат; бухгалтерия и прочие);
5. Пятый уровень. В полномочия и функции этих сотрудников входит исключительно контроль (аудиторы, ревизоры и т.п.).

Каждый субъект, который подвергается внутреннему контролю, должен нести ответственность за ненадлежащее исполнение своих

обязанностей. Данная ответственность может быть дисциплинарной, экономической или же административной в зависимости от должностных обязанностей.

Зная основные понятия, связанные с процедурой внутреннего контроля, необходимо ознакомиться с его структурой.

Основными составляющие внутреннего контроля:

- среда контроля
- оценивание рисков
- информация и коммуникация
- процедуры внутреннего контроля
- мониторинг средств контроля. [5]

В качестве процедур внутреннего контроля рассматриваются действия, снижающие риски, влияющие на достижение целей предприятия. В арсенале компании есть данные процедуры внутреннего контроля [7]:

- документальное оформление (к примеру, формирование регистров бухгалтерского учета, основываясь на первичных документах)
- отражение в отчетности оценочных значений только на основе расчетов;
- контроль оформления первичной документации на предмет соответствия нормам и правилам в рамках принятия к учету;
- санкционирование сделок и операций для подтверждения права на их совершение. Зачастую производится персоналом уровня выше, чем лицо, непосредственно выполняющее операцию или совершающее сделку;
- сверка данных;
- распределение обязанностей и формирование полномочий персонала;
- процедуры физической охраны, ограничения доступа, инвентаризации и прочие контрольные процедуры;

- контроль корректности осуществления сделок, выполнения учетных операций, точности составления бюджетов, соблюдения сроков формирования отчетности;
- процедуры, проводимые посредством компьютерной обработки информации и информационными системами

Также следует рассмотреть важную составляющую внутреннего контроля на предприятии – информацию и коммуникацию. Необходимо упомянуть их важность в связи с тем, что именно своевременно поданная необходимая информация дает возможность внутреннему контролю выполнять свои функции. Качество хранимых и обрабатываемых данных оказывает весомое влияние на принятие решений руководством предприятия и эффективность контроля.

Важность же коммуникаций основывается на том, что без слаженной работы всех структур предприятия установленных целей не достигнуть. Кроме того, необходимо довести до сотрудников риски, попадающие под их ответственность, отведенные им роли в рамках деятельности фирмы и необходимости доводить до руководящего состава ряд необходимых фактов. Правила коммуникации могут быть подробно описаны в таких документах, как политика в области внешних и внутренних коммуникаций, графиках предоставления данных и формирования отчетности, должностных инструкциях конкретных сотрудников.

Еще один элемент, неразрывно связанный с процессом – его оценка. Следуя рекомендациям министерства финансов РФ, оценка должна проводиться не менее, чем раз в год. Она производится в целях выявления необходимости корректировок и определения общей эффективности процесса. Решение о масштабах и ходе оценивания принимаются руководителем соответствующей структуры, либо же руководителем организации. Это может быть, как постоянное отслеживание, как и разовая оценка в течение произвольного периода. Результаты оценки внутреннего контроля необходимо фиксировать в документах, форму которых

определяется исполнителями контроля и согласуются с высшим руководством.

Если в ходе оценки обнаруживаются ошибки в проведении контроля, выявляются и подвергаются анализу причины подобных случаев, а в последствии формируется план по их устранению. [11]

Для создания корректно функционирующей системы внутреннего контроля нужно придерживаться ряда положений:

- контроль бухгалтерского учета осуществляется постоянно на всех уровнях каждого подразделения организации;
- в качестве проверяющих требуется назначать сотрудников, наделенных достаточными полномочиями для обнаружения ошибок в деятельности соответствующего отдела или подразделения;
- затраты на осуществление контроля должны быть сравнимы с его положительным эффектом.

Наиболее важной задачей внутреннего контроля бухучета является поддержание и обеспечение следования сотрудниками финансовой службы нормам текущего законодательства и распоряжениям руководства. Это также позволяет обеспечить корректность отражения текущих операций хозяйственного учета. [13]

Среди отечественных исследователей, изучающих проблемы внутреннего контроля, наиболее точное определение главной цели внутреннего контроля, на мой взгляд, дает В.В. Бурцев – обеспечение информационной прозрачностью объекта управления для принятия эффективных решений.

Для правильного функционирования каждого из уровней, контроль необходимо осуществлять разным, не связанным между собой, сотрудникам, что на практике весьма непросто реализовать.

Согласно мировым тенденциям, служба внутреннего контроля в организации наиболее часто представлена посредством:

1) службы внутреннего аудита

2) службы контроля и ревизии
3) заключения договора со сторонней организацией
4) подразделения внутреннего контроля

Основа выбора органа для внедрения во внутреннюю структуру – рациональность и сравнение затрат с масштабами и конечной целью фирмы.

Анализируя достоинства и недостатки представленных выше органов, внутренний аудит представляет собой наиболее актуальный, глубокий и отвечающий требованиям времени орган внутреннего контроля. Круг вопросов, находящийся в полномочиях внутреннего аудита, крайне широк. Данный орган контроля жизненно важен для крупных предприятий, которой присущи сложная внутренняя структура, многоэтапный процесс производства и большой штат сотрудников. Грамотно организованная работа подразделения внутреннего аудита даст возможность уверенного оперативного контроля хозяйственной деятельности организации и своевременного доведения необходимой информации до руководства. [9]

Очевидно, что основное сходство внутренних контроля и аудита в их цели — повышении уровня оценочной стоимости организации. Это достигается посредством оптимизации использования ресурсов организации. Основываясь на этом, можно сказать, что предприятия, обстоятельно продумывающие реализацию и структуру внутреннего контроля, получают весомое преимущество по сравнению с конкурентами в глазах потенциальных инвесторов, так как их финансовые показатели значительно лучше. Рост качества внутреннего контроля пропорционален не количеству многократно проверенных операций, а эффективности проверки каждой операции и следующих за проверкой мерах. [2]

В заключение можно сказать, что вопреки наличию положения о системе внутреннего контроля, множество коммерческих организаций уделяют недостаточно внимания внутреннему контролю. Работа группы внутреннего контроля основана на сфере деятельности и масштабах

организации. Важно отметить, что деятельность службы должна затрагивать абсолютно все уровни управления во всех подразделениях и отделах.

Внутренний контроль бухгалтерского учета не является простой формальностью: он является необходимым этапом в формировании и осуществлении как стратегических решений, так и оперативных задач работников любого уровня и направления. С помощью подобного контроля возможно избежать систематических ошибок сотрудников бухгалтерии.

Создание успешно функционирующей системы внутреннего контроля в организации позволяет обеспечить эффективную работу предприятия, стабильность его развития в рамках конкурентного рынка, рациональное расходование имеющихся ресурсов и использование возможностей, снижение рисков и скорейшее выявление недочетов в системах управления и учета. Можно отметить, что с помощью правильно выстроенной системы внутреннего контроля возможен рост показателей фирмы, в первую очередь экономических, уровень отдачи сотрудников.

Именно внутренний контроль обеспечивает фундамент планомерного прогресса в хозяйственной деятельности предприятия в целом и бухгалтерском учете в частности. Внутренний контроль обеспечивает поддержку бухгалтерии, способствуя решению задач в учете. Другим важным аспектом является то, что благодаря системе внутреннего контроля руководители имеют возможность оперативно принимать решения, влияющие на деятельность организации.

Согласно практике организации внутреннего контроля, среди основных ошибок можно выделить недостаточно высокий уровень культуры системы внутреннего контроля; некорректная оценка рисков вопреки финансовым результатам; пренебрежение принципом разделения полномочий; неэффективные каналы передачи информации; нерешительность действий руководства в вопросе устранения недостатков. Несоответствующее отношение руководителей по отношению к обнаруженным проблемам приводит к тому, что внутренний контроль не оправдывает ожидания.

В рамках рассмотрения сложностей в обеспечении внутреннего контроля можно также выделить: наличие на предприятии процессов или служб, не подвергнутых внутреннему контролю; чрезмерная бюрократизация системы на небольших предприятиях; ориентир внутреннего контроля строго на защиту активов, конфиденциальность или же формирование отчетности; недостаточное сосредоточение полномочий в руках сотрудников контроля или же конфликт интересов в системе контроля.

Внутренний контроль не может дать гарантии реализации планов компании, однако его отсутствие создает благоприятную среду для совершения ошибок.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Закон «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ от 06.12.2011 (в ред. от 23.05.2016 № 149- ФЗ).

2. Белозерова, Л. А. Роль и значение внутреннего контроля в деятельности организации / Л. А. Белозерова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 24 (262). — С. 316-320.

3. Горлов В.В. Система внутреннего контроля предприятия// Вестник УГУЭС. Наука, образование, экономика. - 2012. - №1. - с.130-137

4. Исаева И.Е. Сущность, цели и задачи внутреннего контроля на предприятии// Экономика и современный менеджмент: теория и практика. - 2013. - №32. - с. 11-17

5. Макаренко С. А. Сущность и принципы организации внутреннего контроля в организациях оптово-розничной торговли / С. А. Макаренко // Международный бухгалтерский учет. — 2014. — №. 46. — с. 37–50

6. Нагоев А. Б. Роль внутреннего контроля в деятельности организации / А. Б. Нагоев, С. С. Сижажева, Ж. А. Аппоева // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 9 (часть 10) – С. 2283-2287

7. Носкова Ю.С. Внутренний контроль в системе финансового контроля: история и современность // Российское предпринимательство. - 2011. - № 10 Вып. 1 (193). - с. 10-18

8. Хмелев С.А. Создание службы внутреннего контроля в системе экономической безопасности предприятия// Вектор Науки Тольяттинского Государственного Университета. - 2011. - №1. - с.285-288

9. Постникова О. Г. Система внутреннего контроля в корпоративном управлении: автореферат / О. Г. Постникова. [электронный ресурс] -

URL://https://www.econ.msu.ru/cmt2/lib/a/1178/file/Postnikova.pdf (дата обращения: 17.10.2020)
10. Внутренний бухгалтерский контроль в организации [электронный ресурс] — URL://https://www.buhgalteria.ru/article/vnutrenniy-bukhgalterskiy-kontrol-v-organizatsii (дата обращения 17.10.2020)
11. Система внутреннего контроля бухгалтерского учета в организации [электронный ресурс] — URL://https://megaconsult.ru/blog/sistema-vnutrennego-kontrolya-bukhgalterskogo-ucheta#2 (дата обращения 17.10.2020)
12. Организация внутреннего контроля ведения бухгалтерского учета [электронный ресурс] — URL://https://1c-wiseadvice.ru/company/blog/organizatsiya-vnutrennego-kontrolya-vedeniya-bukhgalterskogo-ucheta/ (дата обращения 17.10.2020)
13. Организация внутреннего контроля бухгалтерского учета и отчетности [электронный ресурс] — URL://http://www.mosbuhuslugi.ru/material/organizaciya-vnutrennyy-buhgalterskiy-kontrol (дата обращения 17.10.2020)

ИННОВАЦИИ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

Муравьёв О.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Существует ошибочное мнение, что бухгалтерский учёт консервативен и невосприимчив к изменениям. Но на самом деле развитие компьютерных технологий и программного обеспечения приводит к созданию нового бухгалтерского софта, который быстро вошел в повседневную жизнь современного бухгалтера. Особенно в период карантина, связанным с коронавирусной инфекцией, многие бухгалтера были вынуждены оставаться дома и выполнять свои задачи с использованием современных программ.

Развитие в бухгалтерском учете 21 века направлено на передачу части функций от бухгалтера к машине, например: исчисление налогов и сборов, создание отчетности, хранение сведений, заполнение бланков. Автоматизация бухгалтерии приведёт к:

– быстроте и безошибочности заполнения реквизитов;

– быстроте формирования разнообразных регистров, например: кассовой книги, книг продаж и покупок;

– быстрой реакции на изменения в законодательстве;

– оперативности отработки информации;

– представление аналитики в виде графиков, диаграмм и таблиц;

– уменьшению количества бумаг;

– исключению арифметических ошибок;

– мгновенному обмену информацией между подразделениями, между руководителями и подчиненными;

– общению через Интернет с банками и государственными органами;

– прозрачности финансово-хозяйственной деятельности.

Большинство научных работников считают, что первостепенными ориентирами изменений, в области совершенствования бухгалтерского учета в условиях цифровой экономики будут следующими:

– расширение отражения области деятельности организации в учете;

– повышение качества и оперативности учета;

– выявление и увеличение числа новых объектов учета;

– разработка инновационных методов оценки новых объектов учёта;

– формирование подходов к интегрированию различных видов учёта;

– использование более совершенствованных отечественных и зарубежных информационных технологий;

– разработка теоретических, методических и прикладных аспектов развития бухгалтерского учёта. [1]

Ключевые ориентиры описанные выше привели к изменениям в жизни современной бухгалтерии.

Первым из изменений стал отказ от бумажной бухгалтерии. С учетными системами бухгалтеры знакомы довольно давно, они решают большое количество важных задач, но отсутствие эффективных коммуникаций между бухгалтером и другими людьми значительно увеличивает время даже просто на сбор подписей. Именно, поэтому многие организации ввели системы электронного документооборота. Внедрение таких систем значительно уменьшило расходы на поиск, согласование и подписание документов. При такой системе работникам, и особенно, руководителю будет сложно пропустить и потерять какой-то документ.

С появлением Федерального закона от 06.12.2011 N 402-ФЗ "О бухгалтерском учете" бухгалтерия получила полное право на использование систем электронного документооборота на перевод документов в электронный вид.

Вторым изменением можно отметить уход от ручной подписи и печати в пользу электронной. Многие до сих пор считают, что документ с синей печатью является настоящим подтверждением честности документа. На самом деле, многие организации начинают чаще использовать электронно-цифровую подпись. Она разрешает трудности, связанные с обеспечением юридической значимости электронного документа.

Данная подпись надежна; ее трудно нарисовать и подделать. Многие представители крупного бизнеса и органы государственной власти начинают доверять подобной подписи больше, чем собственноручной и заверенной печатью. Сегодня бухгалтер может применять новую подпись практически во всех видах своей деятельности: документооборот с контрагентами, отчетность в электронном виде, отправка документов в контролирующие органы и т.п. Особенно электронная подпись помогла бухгалтерии в условиях пандемии коронавируса. Бухгалтера могли из дома подписывать документы полученные от руководства.

Федеральный закон от 06.04.2011 N63 «Об электронной подписи» регламентирует применение электронной подписи. ФЗ полноценно вступил в силу 1 июля текущего 2020 года. В соответствии с ним, все документы, в том числе и налоговая отчетность, подписанные квалифицированной ЭП, признаются юридически значимыми.

Следующим изменением стала отчетность без отрыва от производства. Как было упомянуто ранее, налоговая отчетность также может быть в электронном виде. Более того, существуют еще способы ее предоставления в Федеральную Налоговую Службу РФ.

Налоговая служба может направить свое требование в электронном виде через специального оператора связи. В этом случае бухгалтер ищет документы в электронном архиве, формирует опись и отправляет все в налоговую с помощью спецоператора. Порядок предоставления документов в электронном виде по телекоммуникационным каналам связи утвержден Приказом ФНС РФ от 17.02.2011 N ММВ-7-2/168@. Формат описи также утвержден Приказом ФНС РФ от 29.06.2012.N ММВ-7-6/465@.

Все документы, предоставляемые в контролирующие органы в электронном варианте, должны иметь специальный формат в соответствии с Приказом ФНС от 21.03.2012 N ММВ-7-6/172@. Бухгалтер отправляет их через спецоператора в виде xml-файла или в виде копии в формате .jpg либо .tiff.

Если требование пришло в виде обычного письма, то электронные документы из архива отправляются на печать, при этом на них ставится отметка о том, что они были проведены через сервис обмена и были подписаны электронной подписью. Уже распечатанные документы заверяются собственноручной подписью руководителя и печатью организации (согласно письму Минфина РФ от 11.01.2012 N 03-02-07/1-2).

Также важным изменением стал переход от хранения архивов документов в шкафах до хранения этих архивов на сервере. Вопрос сохранности документов был всегда актуальным: неважно в бумажном виде они или же в электронном. Обеспечить наилучшую физическую сохранность документов, облегчить доступ к ним и оперативно их обрабатывать призваны электронные архивы.

Бесчисленным папкам на полках громоздких шкафов пришли на смену серверы. Теперь электронные документы могут храниться на больших компьютере – сервере. Сервер может располагаться как в самой организации, так и в специальной организации, предоставляющей сервера удаленно. Такие сервера называются облачными хранилищами. Бухгалтер, как и впрочем любой работник фирмы, может в любой момент загрузить или выгрузить любой документ на сервер. Он также в любой момент может открыть доступ нужным работникам к своему документу. Стоит отметить, что электронный архив - важная технология, обеспечивающая целостность документа и возможность его оперативного использования.

Последним и достаточно значительным изменением стало появление нового программного обеспечения и сервисов для бухгалтера, в частности – сервис обмена документами. Современный бухгалтер может обмениваться электронными документами со своими контрагентами, не выходя из своей учетной системы. Благодаря возможностям работы с сервисом обмена отправить юридически значимый документ контрагенту можно за считанные секунды.

Раньше приходилось обзванивать каждого контрагента, занятого вашим документом, чтобы выяснить о его состоянии. Сегодня же бухгалтер может в любое время зайти в сервис обмена и узнать, как «обстоят дела» с его документом. Кроме того, такие сервисы позволяют отслеживать все последние изменения в области законодательства и технологий. [2]

Современные российские фирмы в основном используют разработки российских программистов. Они создали большое количество продуктов под нужды бухгалтеров. Наиболее распространёнными являются: «1С», «Abacus», «Аккорд», «БОСС», «БЭСТ», «Галактика», «Инфо-Бухгалтер», «Интергратор», «Парус» и «Турбо-бухгалтер». Конечно, существуют также иностранные бухгалтерские программы, но из-за различия стандартов они не подходят.

Любые инновации в бухгалтерском учете требуют улучшений рабочих качеств бухгалтера и аудитора. Помимо составления бухгалтерской и налоговой отчётности, документов для руководства и кредитных организаций, современный «инновационный» бухгалтер должен уметь анализировать финансово-хозяйственную деятельность предприятия, уметь быстро и четко предлагать решения по проблемам фирмы, владеть законодательной базой, уметь планировать и оптимизировать. Также современный бухгалтер, знакомый с МСФО или занимающийся их изучением, будет достаточно востребован в крупных международных компаниях.

В будущем бухгалтерский учет все больше будет сотрудничать с IT-сферой, сферой юриспруденции и налоговым сектором. Требования к технологической базе бухгалтерского сектора предприятия будут только расти. Ходят слухи, что инновации приведут к замене «живых» бухгалтеров на роботов. Частично это возможно, но есть задачи, которые роботам в обозримом будущем непосильны, например: инвентаризация. Также малому бизнесу будет выгоднее иметь одного бухгалтера, чем платить за дорогостоящую автоматизацию.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Коржова О.В., Филимонов А.А. ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ // Научное обозрение. Педагогические науки. – 2019. – №4-4. – С.53-55; URL: https://science-pedagogy.ru/ru/article/view?id=2142. (Дата обращения: 29.11.2020).

2. https://www.audit-it.ru/articles/account/a1/672365.html. (Дата обращения: 29.11.2020).

ПЕРСПЕКТИВЫ ЦИФРОВОГО ФОРМАТА БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ, ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ

Плетникова А.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Среди направлений развития мировой экономики выделяется переход к цифровым технологиям, где основным ресурсом выступает информация. Этот ресурс имеет огромную ценность и выступает в рамках организаций в виде нематериального актива. Накапливая конкретную информацию, мы получаем знания о накапливаемом объекте. Отсюда, идея цифровой экономики заключается не в представлении готового продукта (товара) или услуги потребителю, а инструментария создания с возможностью кастомизации (customization) путём частичного или полного изменения продукта на основании конкретного запроса, дополнительного укомплектования товара какими-то усовершенствованными или дополнительными частями. Итак, потребитель становится производителем, поскольку полноценно участвует в процессе создания потребляемого продукта.

При этом, в модели цифровой экономики потребителем предусматривается производить ровно столько, сколько ему нужно и, что важно, в то время – когда ему нужно. Следовательно, при производстве будет потребляться только необходимое количество ресурсов, затрачено минимальное время. В цифровой экономике невозможно производить больше, чем следует, и продвигать лишнее следующему в цепочке, повышая тем самым его затраты, а также невозможны лишние звенья цепочки создания продукта, которые производят сами себя.

Обратимся к толкованию понятия «цифровая экономика». Президент нашей страны – Путин В.В. даёт следующее определение: «Цифровая

экономика – это не отдельная отрасль, по сути это уклад жизни, новая основа для развития системы государственного управления, экономики, бизнеса, социальной сферы, всего общества... формирование цифровой экономики – это вопрос национальной безопасности и независимости России, конкуренции отечественных компаний». При этом, следует заметить наличие правовых барьеров в деле внедрения передовых высокотехнологичных производств, создания инфраструктуры для цифровой экономики. В частности, имеют место проблемы обеспечения всеобщей экономически-цифровой грамотности населения страны, организации в достаточном количестве отечественных IT-компаний. В своей речи В.В. Путин по этому поводу сказал: «Считаю необходимым назначить ответственных за каждое из этих направлений (развития цифровой экономики и т.д.), обозначить конкретные целевые показатели и сроки решения этих задач» [1].

Быстрое развитие технологий существенно меняет способ ведения бизнеса во всех отраслях, даже в тех, которым уже несколько веков.

Что касается бухгалтерского учета и аудита, то здесь новейшие технологии представляют уникальную возможность использовать большие данные для генерирования информации и повышения качества деятельности. В прошлом объем данных, а также бесчисленное множество источников, из которых аудиторам традиционно требовалось собирать, организовывать, анализировать, подготавливать и оценивать эти данные, был решающим фактором при определении объема и сложности учетной и аудиторской работы.

Новейшие технологии учета и аудита сокращают продолжительность и сложность процессов.

Относительно новым явлением, которое начинает оказывать свое влияние в различных отраслях промышленности, является блокчейн, безопасная технология распределенной бухгалтерской книги. Изначально блокчейн создавался для биткойн, но теперь его гораздо более широкий потенциал начинает применяться в цепочках поставок, финансах,

страховании образовании, банковском деле, инвестициях, недвижимости и других областях.

Прежде чем говорить о возможностях блокчейна для профессий бухгалтера и аудитора, необходимо ближе познакомиться с этой технологией.

Так что же такое блокчейн? Блокчейн — это база данных, которые хранятся в виде блоков, где каждый последующий блок включает в себя зашифрованную информацию обо всех предыдущих блоках, то есть обо всех совершенных транзакциях, так называемый хэш — короткий результат шифрования предыдущего блока. Так что каждый блок связан с предыдущим и при изменении одной запятой — этот хэш изменится, внесение поправок станет очевидным, и система его не примет [2].

Другими словами, это децентрализованная цифровая бухгалтерская книга, которая ведет учет всех транзакций, которые происходят в одноранговой сети. Пользователи, которые должны иметь высоконадежные ключи для доступа к нему, могут публиковать транзакции или «блокировать» в базе данных. Каждый блок имеет временную метку, и после проверки записи не могут быть удалены или изменены. Блокчейн представляет метод для согласования счетов и учета движения денежных средств. Он также записывает транзакции и хранит активы.

Технология блокчейна обещает следующие преимущества бухгалтерским службам:

- сокращение количества ошибок - при попадании данных в блокчейн интеллектуальные контракты делают многие учетные функции автоматическими, уменьшая вероятность человеческой ошибки;
- снижение затрат - блокчейн приведет к повышению эффективности работы бухгалтера и уменьшению количества ошибок, что в среднесрочном периоде будет способствовать

снижению затрат на ведение бухгалтерского учета и проверку его корректности;

- уменьшение вероятности мошенничества - чтобы изменить запись в блокчейне, необходимо сделать одно и то же изменение для всех копий распределенной сети в одно и то же время, что практически почти невозможно;
- сокращение времени на аудит - с помощью интеллектуальных контрактов можно автоматизировать многие функции аудита, а это сократит время, необходимое аудитору для просмотра записей.

Блокчейн может привести к гораздо меньшему количеству проверок в будущем [3].

Блокчейн может даже стать обязательным в некоторых финансовых секторах, поскольку все больше регулирующих органов принимают эту технологию.

Блокчейн сведет к минимуму человеческие ошибки, сделав большинство функций учета автоматическими.

Безусловно, при активном внедрении такой технологии в бухгалтерские процессы встает вопрос повышения квалификации бухгалтеров. Поскольку, с одной стороны, функции бухгалтера на уровне первичной документации сокращаются из-за активной автоматизации учета, а с другой стороны, принцип работы блокчейн обеспечивает большую прозрачность, актуальным становится вопрос о том, какие функции он будет исполнять. Бухгалтеры будут намного меньше расходовать времени на внесение данных в информационную базу, на регистрацию фактов хозяйственной жизни, но больше времени смогут уделять подготовке профессиональных суждений, интерпретации экономического содержания операций и правильного отражения операций в бухгалтерском учете и отчетности. Но для этого необходимо повышать квалификацию бухгалтеров и перестраивать их образ мышления. Бухгалтер

должен стать не просто учетным работником, а и профессиональным аналитиком, разбирающимся в экономических процессах своей организации [4].

Технологические изменения могут коснуться и программного обеспечения, используемого счетными работниками. Многие современные учетные системы используют «облачные хранилища» для накопления финансовой информации, которые централизованно размещены в некоторых центрах обработки данных.

Несмотря на множество плюсов для бухгалтерского учета и аудита, необходимо учитывать, что технология блокчейн даже в 2019 г. была недоработанной, не показала себя широко на практике и не лишена недостатков: на многих блокчейн-платформах присутствовала вероятность ошибок и сбоев. Подчеркнем, что и на сегодняшний день повсеместное использование открытого блокчейн невозможно и в ближайшем времени будет сопровождаться высокими рисками, поэтому старые технологии бухгалтерского учета и аудита на данный момент безопаснее.

Остается открытым вопрос о стоимости внедрения технологии блокчейн в систему бухгалтерского учета. По оценкам специалистов, ее стоимость достаточно высока, ибо внедрение блокчейн-платформы сопровождается необходимостью создания распределенной сети компьютеров для поддержания работы блокчейна, т. е. необходимы существенные материальные и энергозатраты, а каждый компьютер сети должен выделить достаточно много памяти для хранения всей базы данных [5].

Препятствием к использованию технологии блокчейн в бухгалтерском и налоговом учете является устаревшее законодательство в этой сфере. Существующая необходимость ведения двух видов учета (бухгалтерского и налогового) в силу неоднозначности и неопределенности нормативно-правовой базы также служит препятствием для внедрения блокчейн-технологии в этих сферах. Блокчейн позволит вести учет

прозрачно и в реальном времени, а уклонение от уплаты налогов станет легко выявляемым и попросту невозможным, если все сделки и транзакции будут оцифрованы и учтены [6]. Данная сеть будет контролировать действия всех сторон и не допустит создания «нежелательных схем».

Благодаря автоматическому учету цифровых счетов и мгновенному обнаружению платежей появляется возможность получать финансовые отчеты в режиме реального времени. Нет необходимости ждать конца месяца или года, чтобы узнать о финансовом состоянии компании, а с помощью постоянно обновляющейся информации компания может легко заверить своих акционеров, банки, а также инвесторов в том, что она в состоянии погасить финансовый кредит и получить прибыль.

Предположение об исчезновении таких профессий, как бухгалтер и аудитор с внедрением технологии блокчейн, является поспешным и спорным выводом.

Можно провести аналогию с примерами внедрения других новых технологий: появление персональных компьютеров, затем ERP-систем, а также облачных вычислений только внесло коррективы в работу бухгалтера, но не сделало эту профессию несущественной. Так же можно говорить и о технологии блокчейн.

На этапе первоначального использования данной технологии работа аудитора и бухгалтера, конечно, подвергнется изменениям, ибо изменится механизм выполнения конкретных учетных задач, но не исчезнет сама потребность в квалифицированных специалистах в данных сферах деятельности [7].

Это не отменяет факта, что специалисты учета не должны следить за новыми тенденциями и разработками в области блокчейн. Они обязаны оценивать потенциальное влияние данной технологии на многие аспекты своей работы. В настоящее время ряд крупных аудиторских компаний тратят время и деньги на изучение технологии блокчейн, а знание основ работы на данной платформе является принципиальным требованием к

потенциальным сотрудникам этих компаний. Заметим, что Австралия, Япония, Швейцария и другие страны уже активно занимаются актуализацией или созданием новой законодательной базы в сфере налогообложения в отношении дохода юридических лиц, которая будет учитывать внедренную технологию блокчейн. Для России важно уже сейчас при формировании законодательной базы привлекать крупные аудиторские фирмы, имеющие опыт работы с блокчейн, чтобы они участвовали в разработке норм, проводя активную исследовательскую работу в этом направлении.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Карпова Т.П. Направления развития бухгалтерского учета в цифровой экономике / Т.П. Карпова // Известия Санкт-Петербургского Государственного Экономического Университета. - 2018. - №3. - С. 52-57.

2. Теркина А. Как блокчейн изменит бухгалтерию? [Электронный ресурс] / Информационное агентство Клерк.Ру. - URL: https://www.klerk.ru/buh/articles/479718/.

3. Баев А. А., Левина В. С., Реут А. В., Свидлер А. А., Харитонов И. А., Григорьев В. В. Блокчейн-технология в бухгалтерском учете и аудите. Учет. Анализ. Аудит = Accounting. Analysis. Auditing. 2020;7(1):69-79. DOI: 10.26794/2408-9303-2020-7-1-69-79.

4. Сурикова Е. А. К вопросу о профессиональном суждении бухгалтера. Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. 2018;(18):14–17.

5. Варданян С. А. Базисные векторы развития бухгалтерского учета и аудита на основе блокчейн-технологии в условиях цифровой экономики. Научное обозрение: теория и практика. 2017;(11):23–27.

6. Негодонова Т. А., Гайдук Н. В. Технология blockchain и бухгалтерский учет. Мат. VIII Междунар. форума «Информационное общество: современное состояние и перспективы развития», 23–27 июля. 2018;33–36. Краснодар: КубГАУ. URL: https://kubsau.ru/upload/iblock/e48/e4830fbae0955315bea9ba3b57d4ccec.pdf.

7. Егорова С. Е., Богданович И. С. Перспективы применения информационных технологий в бухгалтерском учете в условиях глобализации бизнеса. Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2019;12(6):38–46.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ БУХГАЛТЕРСКОГО АУТСОРСИНГА

Поздеева С.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современном мире ни один хозяйствующий субъект не может обойтись без ведения бухгалтерского учёта и формирования полной и достоверной информации о своей финансово-хозяйственной деятельности. Однако создание бухгалтерской службы или создание должности бухгалтера в штате сотрудников подходит далеко не для всех предприятий. Поэтому на современном рынке услуг консалтинга актуальными становятся услуги по бухгалтерскому сопровождению (аутсорсингу). Одной из задач бухгалтерского аутсорсинга является осуществление внутреннего контроля на предприятии. Насколько востребован и актуален сегодня бухгалтерский аутсорсинг, настолько актуальны и проблемы внутреннего контроля при его использовании.

Согласно действующему законодательству, при реализации бухгалтерского учёта на предприятии обязательно нужно организовать и качественным образом осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни.

В связи с этим перед руководством встает вопрос о том, как организовать сбор и обработку информации. С одной стороны, руководитель имеет право учредить бухгалтерскую службу, вести бухгалтерский учет самостоятельно, - это прописано в Федеральном законе «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 N 402-ФЗ [1]. Но такой формат, как уже было отмечено ранее, подходит не для всех хозяйствующих субъектов. По моему мнению, небольшим организациям как раз таки следует иметь штатную должность бухгалтера, который будет вести учёт. Ведь в таких организациях ежедневно совершается малое количество фактов хозяйственной жизни. Но с крупными

предприятиями всё иначе. Поэтому относительно недавно появилась альтернатива самостоятельному ведению учёта - бухгалтерский аутсорсинг.

Если сократить английскую фразу «outer-source-using», получим «аутсорсинг». Эта фраза означает использование ресурсов, привлечённых извне. Применимо к российской действительности, аутсорсинг – это привлечение организацией сторонних компаний для выполнения каких-либо функций, то есть, в нашем случае, передача функций ведения бухгалтерского учета специализированной организации. Следует учесть важный аспект бухгалтерского аутсорсинга – организацию эффективного внутреннего контроля. В современной литературе данный вопрос пока недостаточно изучен, но, несмотря на это, отметим «плюсы» и «минусы» бухгалтерского аутсорсинга, а также выявим актуальные проблемы внутреннего контроля при его использовании.

Компания-заказчик пользуется услугами аутсорсера в соответствии с положениями договора на оказание услуг по определенным видам или функциям предпринимательской деятельности.

Очевидно, что если компания-заказчик пользуется услугами профильных компаний, специализирующихся на ведении бухгалтерского учета и составлении финансовой и налоговой отчетности, то она может повысить эффективность своей деятельности в сфере IT-технологий, в рекрутинге кадров, финансов, выполнения работ или услуг, а это помогает снизить издержки и налоговые риски.

Компания-аутсорсер помогает компании-заказчику решать такие задачи:

– осуществление бухгалтерского учёта в полном объёме согласно РСПБ и МСФО;

– формирование учётной политики для целей бухгалтерского и налогового учета;

– разработка методов и способов, позволяющих качественно управлять внутренними процессами в бухгалтерской службе компании, совершенствование документооборота;

– проверка квалификации сотрудников бухгалтерской службы;

– консультирование клиента по сложным хозяйственным операциям;

– осуществление внутреннего контроля.

Очевидно, что высокий профессиональный потенциал кадров является главным преимуществом компании, если она всё же решила прибегнуть к бухгалтерскому аутсорсингу. Так как фирма-аутсорсер специализируется исключительно на бухгалтерии, она подготовит самые лучшие кадры.

Кроме того, руководитель компании может не переживать за то, что бизнес-процессы могут прерваться по причине болезни или отпуска сотрудника при использовании аутсорсинга.

Следующее преимущество - перераспределение ответственности. Так как ответственность за ведение бухгалтерского учёта полностью перекладывается на плечи аутсорсера, руководитель компании может немного расслабиться и сосредоточиться на чём-то другом. Удобно, что в сложных ситуациях и налоговых спорах аутсорсинговая фирма обязательно подключит своих юристов и аудиторов. И, самое приятное, что если фирма-аутсорсер произведёт ошибочные расчёты или нарушит сроки, то все убытки компании-заказчика будут полностью возложены на неё.

Разумеется, стоит помнить об огромной экономии средств и времени. Чаще всего, чтобы прибегнуть к бухгалтерскому аутсорсингу, нужно потратить небольшие деньги, при этом компания-заказчик может сконцентрироваться на развитии фирмы и выполнять более значимые функции.

«Плюсы» оказываемых аутсорсером услуг неоспоримы, но не стоит забывать о недостатках.

Например, для компаний, которые хотят скрыть или удержать в тайне какие-то показатели своей деятельности, аутсорсинг может не подойти, так

как руководители многих предприятий очень боятся утечки информации при использовании бухгалтерского аутсорсинга.

Также ни одна из аутсорсинговых компаний не застрахована от разорения. Если так случится, то компании-заказчику придётся в экстренном порядке искать нового аутсорсера, или, что ещё труднее – вновь вести учёт самостоятельно.

Наконец, нужно помнить ещё об одном «минусе» аутсорсинга. При его использовании руководитель компании-заказчика зачастую оказывается оторван от деятельности компании, поэтому появляется риск принятия им не совсем верных управленческих решений.

Говоря о контроле, отмечу, что он является важной составляющей системы управления каждой компании. Поэтому вопросы, касающиеся контрольных процедур всегда актуальны, а особенно, когда внутренний контроль осуществляет «внешний субъект» - аутсорсинговая компания.

Законодательно установлено, что каждое предприятие обязано осуществлять внутренний контроль. Чтобы компания-аутсорсер обеспечивала его эффективность, ей необходимо знать специфику как учетных процедур, так и деятельности заказчика в целом. В таблице ниже (табл. 1) рассмотрены цели, объекты, субъекты и элементы системы внутреннего контроля при использовании компанией бухгалтерского аутсорсинга. [2]

Таблица 1 – Содержание системы внутреннего контроля при использовании компанией бухгалтерского аутсорсинга

№ п/п	Признак сравнения	Система внутреннего контроля
1	Цели	Соблюдение законодательных требований по бухгалтерскому учёту
2	Объект	Бухгалтерский учёт
3	Субъект	Руководитель компании (ответственнен за организацию СВК); сотрудники организации

4	Элементы	Контрольная среда, учётная система, мониторинг

Как видно из таблицы, текущую деятельность предприятия контролирует само предприятие. То есть аутсорсер не следит за операциями, которые совершает клиент.

Так как аутсорсинговая компания должна осуществлять внутренний контроль за учетной деятельностью организации-заказчика, то субъектами внутреннего контроля по отношению к данному объекту будут выступать все сотрудники компании-аутсорсера.

Чтобы создать систему внутреннего контроля на предприятии, аутсорсеру хватит трёх составляющих: контрольной среды, учетной системы и мониторинга, так как другие составляющие остаются в ведении заказчика.

В своей работе Н.Н. Карзаева отмечает, что наличие учетной системы говорит о том, что существует и контроль над формированием бухгалтерской отчетности, так как её элементы имеют контрольные точки, которые находятся в зоне внимания бухгалтера. [3, с. 74].

Аутсорсинговой компании также нельзя забывать о том, что внутренний контроль должен быть рационален, то есть система внутреннего контроля должна быть построена и сформирована так, чтобы экономический эффект от её функционирования превышал затраты на её построение и поддержание.

Ещё внутренний контроль имеет значение обратной связи в системе управления предприятием, с помощью него руководитель компании узнаёт всё о её финансово-хозяйственном состоянии. На основании этой обратной связи руководитель принимает важные управленческие решения. Аутсорсеру необходимо это учитывать и осуществлять контроль добросовестно.

Также ему необходимо изучить организационную структуру предприятия-заказчика, наличие подразделений и филиалов, особенности их функционирования, численность персонала, степень централизации бухгалтерского учета и т.д. При этом аутсорсеру нужно разработать и

согласовать с руководителем предприятия-заказчика положение о внутреннем контроле организации, которое содержало бы особенности организации внутреннего контроля, методику его проведения, а также типовые формы документации и отчётности, в которых планируется отражать результаты проводимого внутреннего контроля.

Из вышесказанного следуют основные задачи аутсорсинговой компании при осуществлении внутреннего контроля финансово-хозяйственной деятельности компании-заказчика:

- формировать полную и достоверную информацию о финансово-хозяйственной деятельности предприятия-заказчика в соответствии с требованиями законодательства;
- обеспечивать эффективность финансово-хозяйственной деятельности предприятия-заказчика;
- обеспечивать непрерывность деятельности предприятия-заказчика посредством своевременного обнаружения и оценки всех видов рисков, возникающих при осуществлении финансово-хозяйственных операций;
- обеспечивать сохранность активов предприятия-заказчика, ограничения доступа к информации о его расчетах и обязательствах;
- не допускать «утечки» конфиденциальной информации и др.

Таким образом, формирование системы внутреннего контроля на предприятии-заказчике является обязательным и приобретает особое значение в условиях применения бухгалтерского аутсорсинга.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что если внутренний контроль организует и осуществляет аутсорсинговая компания, то компания-заказчик может столкнуться с несколькими проблемами. Нельзя игнорировать то, что возможны риски формирования аутсорсером недостоверной информации.

Так как совершаемые клиентом операции исключены из объектов системы внутреннего контроля, компания-аутсорсер может быть «оторвана» от текущей деятельности компании и не иметь полного представления о ней.

Также бывали случаи, когда аутсорсер формировал систему внутреннего контроля затратную и экономически неоправданную.

Ещё одна проблема – есть риск, что компания-аутсорсер даст некачественную обратную связь о финансовом состоянии предприятия заказчика, и руководитель компании не сможет принимать эффективные управленческие решения.

К счастью, эти проблемы можно решить. Прежде всего, руководителю компании-заказчика следует более кропотливо выбирать компанию, которая будет оказывать аусорсинговые услуги, тщательно изучить её репутацию. Когда компания уже выбрана, нужно с полной ответственностью подойти к заключению договора. Все детали услуг аутсорсинговой компании должны быть тщательно проработаны и согласованы. Это касается сроков выполнения услуг, предоставления результатов, распределения функций, обязанностей и полномочий. Также в формировании системы внутреннего контроля должны принимать участие как аутсорсер, так и предприятие-заказчик, только их взаимодействие сделает этот процесс эффективным.

В заключение хочу сказать, что российским компаниям обязательно следует обратить внимание на бухгалтерский аутсорсинг. Думаю, для них это хорошая перспектива в будущем, причём с минимальными рисками, стоимостью и высоким качеством. Единственное, на что нужно обратить внимание и попытаться исправить — это сложившийся стереотипный образ мышления, который останавливает руководителей компаний воспользоваться аутсорсинговыми услугами во благо организации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. О бухгалтерском учете: Федеральный закон от 06.11.2011 № 402-ФЗ (ред. от 26.07.2019). // КонсультантПлюс. [Электроный ресурс]. - Электрон. дан.- [М., 2020.]

2. Мешкова Г. В. Организация системы внутренего контроля при аутсорсинге бухгалтерского и налогового учёта / Г. В. Мешкова // Международный научно-исследовательский журнал. — 2016.— URL: https://research-

journal.org/economical/organizaciya-sistemy-vnutrennego-kontrolya-pri-autsorsinge-buxgalterskogo-i-nalogovogo-ucheta/

3. Карзаева Н. Н., Кичикова Э.Б. Организация системы внутреннего контроля при аутсоринге бухгалтерского учета // Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве. - 2017. - № 10.- С. 71-75.

ПРОБЛЕМЫ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ МАССИВОВ ИСХОДНЫХ ДАНЫХ ДЛЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

Семенова Е.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Информационные технологии играют всё большую роль в современном мире. Одним из наиболее часто встречаемых и развивающихся проявлений технологий является искусственный интеллект, в частности – нейронные сети.

Эксперты отмечают, что без развития в сфере нейронных сетей Россия может остаться далеко позади развитых государств мира.

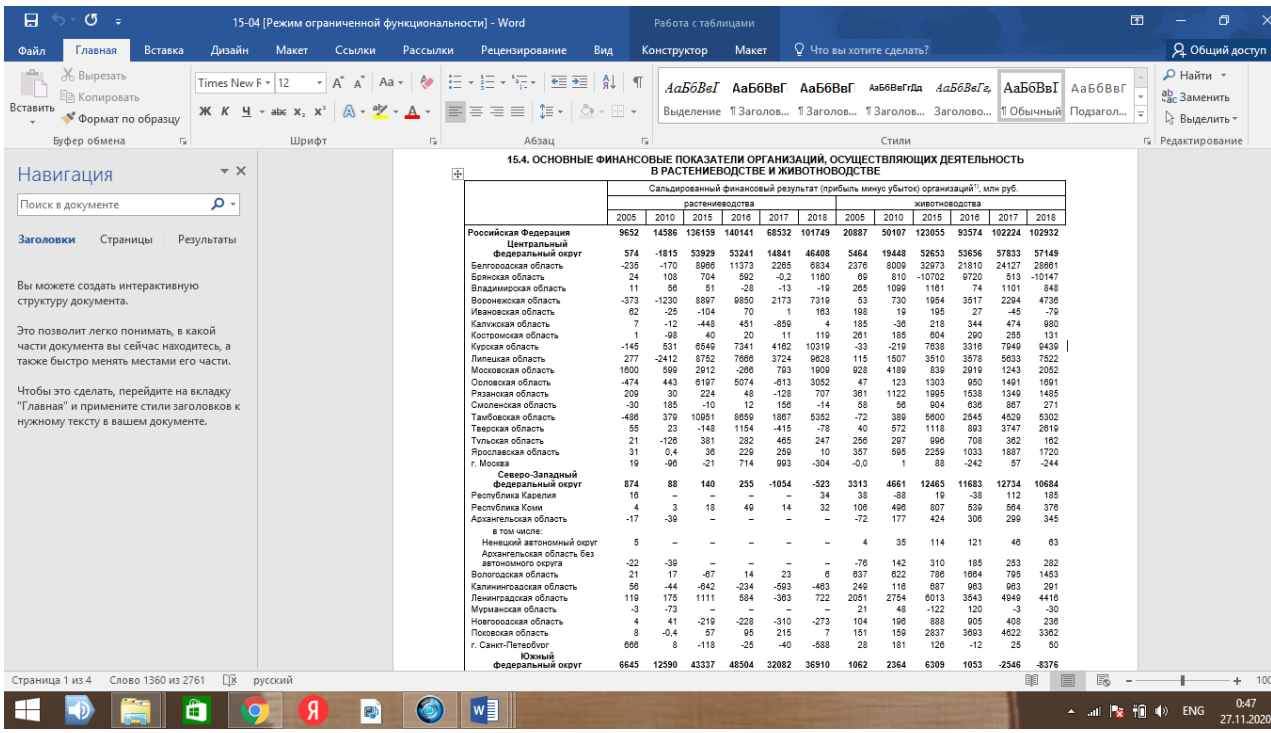
В Указе Президента РФ от 10 октября 2019 г. №490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» [1] отмечается, что развитие искусственного интеллекта и ускоренное внедрение технологических решений, разработанных на его основе, может привести к росту мировой экономики (в таком случае в 2024 г. он должен составить не менее 1 трлн. долларов США). Потребность экономики и всего общества в развитии искусственного интеллекта связана с потребностью в обработке всё больших объемов данных как человеком, так и техническими устройствами.

Стоит отметить, что те продукты в сфере информационных технологий, которые созданы российскими разработчиками, уже сейчас обладают

большой привлекательностью, в том числе и экспортной, на мировом рынке информационных технологий.

Основным фактором успешности развития искусственного интеллекта является доступность (в особенности – обработанных, структурированных) данных и создание инфраструктуры для работы с ними. Чем больше данных будет предоставлено исследователям (не только учёным, но и, к примеру, школьникам и студентам), и чем лучше они будут подходить для обработки компьютерными программами, тем быстрее будет идти процесс развития искусственного интеллекта. Особенно это касается массивов данных, которые часто нужны для работы с продуктами информационных технологий.

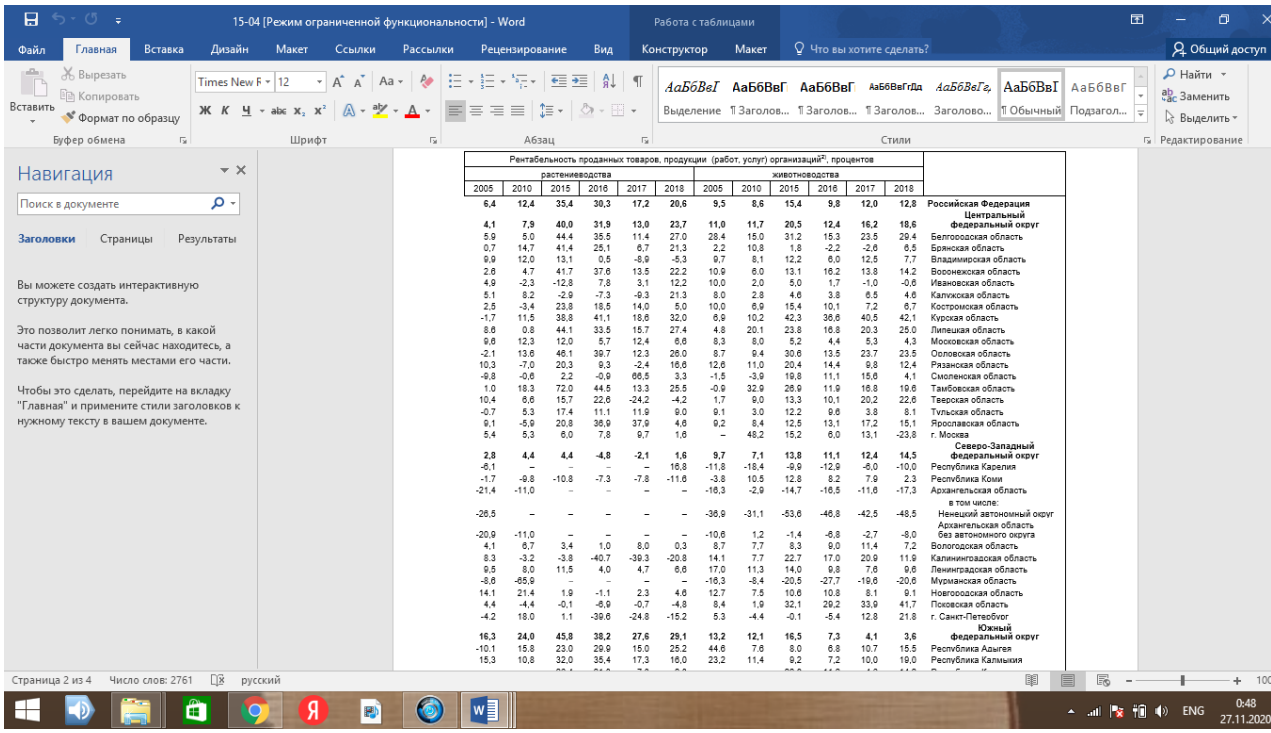
Рассмотрим пример использования массивов данных на статье [2]. На рис.1, рис.2 и рис.3 видно, что для обработки взят большой объём информации, как всегда делается при построении нейронных сетей. Для того, чтобы собрать информацию, необходимую для решения конкретной задачи, исследователям нужно было проанализировать и скопировать несколько подобных таблиц. Не всегда подобный отбор данных удобен, так как их структурное представление не адаптировано к целям обработки. Рассмотрим конкретные недостатки в представлении таблиц на примере рис.4 .



15.4. ОСНОВНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ОРГАНИЗАЦИЙ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РАСТЕНИЕВОДСТВЕ И ЖИВОТНОВОДСТВЕ

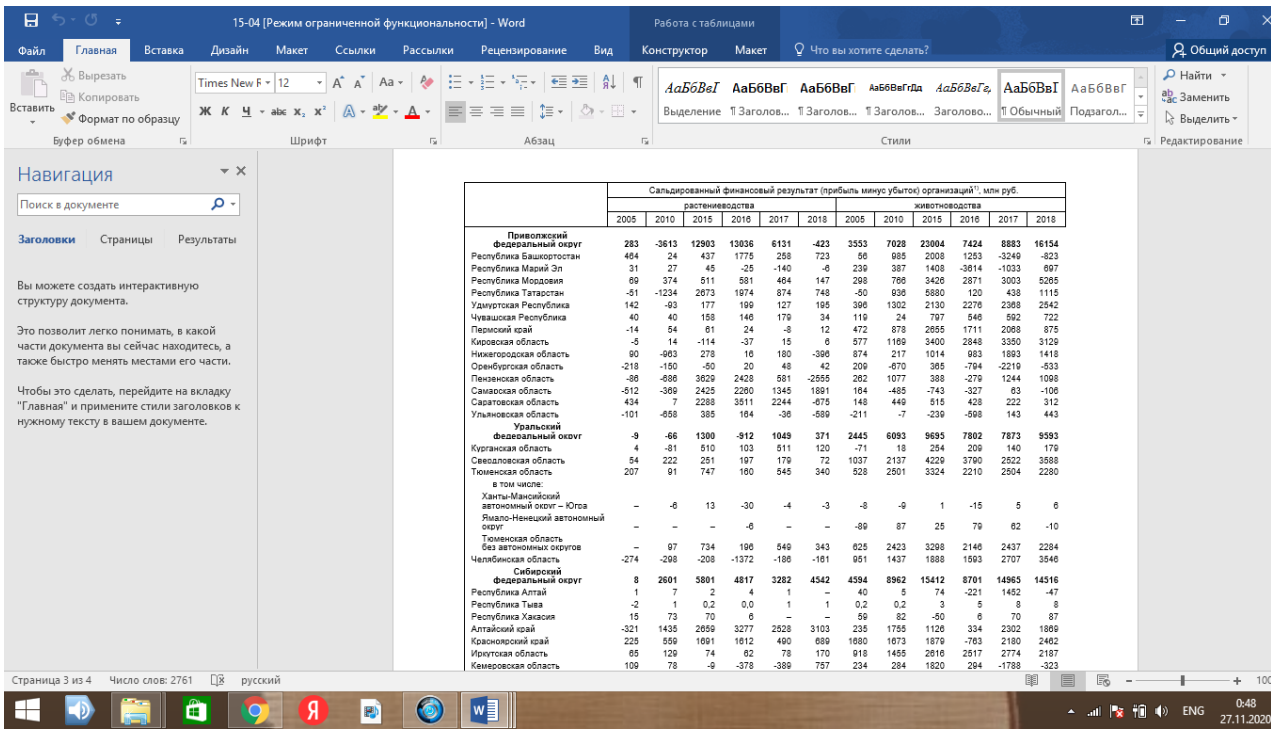
	Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток) организаций[1], млн руб.										
	растениеводства						животноводства				
	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2005	2010	2015	2016	2017	2018
Российская Федерация	**9652**	**14586**	**136159**	**140141**	**68532**	**101749**	**20887**	**50107**	**123055**	**93574**	**102224**	**102932**
Центральный федеральный округ	**574**	**-1815**	**53929**	**53241**	**14841**	**46408**	**5464**	**19448**	**52653**	**53656**	**57833**	**57149**
Белгородская область	-235	-170	8966	11373	2265	6834	2376	8009	32973	21810	24127	28661
Брянская область	24	108	704	592	-0,2	1160	69	810	-10702	9720	513	-10147
Владимирская область	11	56	51	-28	-13	-19	265	1099	1161	74	1101	848
Воронежская область	-373	-1230	8897	9850	2173	7319	53	730	1954	3517	2294	4736
Ивановская область	62	-25	-104	70	1	163	198	19	195	27	-45	-79
Калужская область	7	-12	-448	451	-859	4	185	-36	218	344	474	980
Костромская область	1	-98	40	20	11	119	261	185	604	290	255	131
Курская область	-145	531	6549	7341	4162	10319	-33	-219	7638	3316	7949	9439
Липецкая область	277	-2412	8752	7666	3724	9628	115	1507	3510	3578	5633	7522
Московская область	1600	599	2912	-266	793	1909	928	4189	839	2919	1243	2052
Орловская область	-474	443	6197	5074	-613	3052	47	123	1303	950	1491	1691
Рязанская область	209	30	224	48	-128	707	361	1122	1995	1538	1349	1485
Смоленская область	-30	185	-10	12	156	-14	58	56	904	636	867	271
Тамбовская область	-486	379	10951	8659	1867	5352	-72	389	5600	2545	4529	5302
Тверская область	55	23	-148	1154	-415	-78	40	572	1118	893	3747	2819
Тульская область	21	-126	381	282	465	247	256	297	996	708	362	162
Ярославская область	31	0,4	36	229	259	10	357	595	2259	1033	1887	1720
г. Москва	19	-96	-21	714	993	-304	-0,0	1	88	-242	57	-244
Северо-Западный федеральный округ	**874**	**88**	**140**	**255**	**-1054**	**-523**	**3313**	**4661**	**12465**	**11683**	**12734**	**10684**
Республика Карелия	16	–	–	–	–	34	38	-88	19	-38	112	185
Республика Коми	4	3	18	49	14	32	106	496	807	539	564	376
Архангельская область	-17	-39	–	–	–	–	-72	177	424	306	299	345
в том числе:												
Ненецкий автономный округ	5	–	–	–	–	–	4	35	114	121	46	63
Архангельская область без автономного округа	-22	-39	–	–	–	–	-76	142	310	185	253	282
Вологодская область	21	17	-67	14	23	6	637	622	786	1664	795	1453
Калининградская область	56	-44	-642	-234	-593	-463	249	116	687	963	963	291
Ленинградская область	119	175	1111	584	-363	722	2051	2754	6013	3543	4949	4416
Мурманская область	-3	-73	–	–	–	–	21	48	-122	120	-3	-30
Новгородская область	4	41	-219	-228	-310	-273	104	196	888	905	408	236
Псковская область	8	-0,4	57	95	215	7	151	159	2837	3693	4622	3362
г. Санкт-Петербург	666	8	-118	-25	-40	-588	28	181	126	-12	25	50
Южный федеральный округ	**6645**	**12590**	**43337**	**48504**	**32082**	**36910**	**1062**	**2364**	**6309**	**1053**	**-2546**	**-8376**

Рис.1.



Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг) организаций[2], процентов												
растениеводства						животноводства						
2005	2010	2015	2016	2017	2018	2005	2010	2015	2016	2017	2018	
6,4	**12,4**	**35,4**	**39,3**	**17,2**	**20,6**	**9,5**	**8,6**	**15,4**	**9,8**	**12,0**	**12,8**	**Российская Федерация**
4,1	**7,9**	**40,0**	**31,9**	**13,0**	**23,7**	**11,0**	**11,7**	**20,5**	**12,4**	**16,2**	**18,6**	**Центральный федеральный округ**
5,9	5,0	44,4	35,5	11,4	27,0	28,4	15,0	31,2	15,3	23,5	29,4	Белгородская область
0,7	14,7	41,4	25,1	6,7	21,3	2,2	10,8	1,8	-2,2	-2,6	6,5	Брянская область
9,9	12,0	13,1	0,5	-8,9	-5,3	9,7	8,1	12,2	6,0	12,5	7,7	Владимирская область
2,6	4,7	41,7	37,6	13,5	22,2	10,9	6,0	13,1	16,2	13,8	14,2	Воронежская область
4,9	-2,3	-12,8	7,8	3,1	12,2	10,0	2,0	5,0	1,7	-1,0	-0,6	Ивановская область
5,1	8,2	-2,9	-7,3	-9,3	21,3	8,0	2,8	4,6	3,8	6,5	4,6	Калужская область
2,5	-3,4	23,8	18,5	14,0	5,0	10,0	6,9	15,4	10,1	7,2	6,7	Костромская область
-1,7	11,5	38,8	41,1	18,6	32,0	6,9	10,2	42,3	36,6	40,5	42,1	Курская область
8,6	0,8	44,1	33,5	15,7	27,4	4,8	20,1	23,8	16,8	20,3	25,0	Липецкая область
9,6	12,3	12,0	5,7	12,4	6,6	8,3	8,0	5,2	4,4	5,3	4,3	Московская область
-2,1	13,6	46,1	39,7	12,3	26,0	8,7	9,4	30,6	13,5	23,7	23,5	Орловская область
10,3	-7,0	20,3	9,3	-2,4	16,6	12,6	11,0	20,4	14,4	9,8	12,4	Рязанская область
-9,8	-0,6	2,2	-0,9	66,5	3,3	-1,5	-3,9	19,8	11,1	15,6	4,1	Смоленская область
1,0	18,3	72,0	44,5	13,3	25,5	-0,9	32,9	26,9	11,9	16,8	19,6	Тамбовская область
10,4	6,6	15,7	22,6	-24,2	-4,2	1,7	9,0	13,3	10,1	20,2	22,6	Тверская область
-0,7	5,3	17,4	11,1	11,9	9,0	9,1	3,0	12,2	9,6	3,8	8,1	Тульская область
9,1	-5,9	20,8	36,9	37,9	4,6	9,2	8,4	12,5	13,1	17,2	15,1	Ярославская область
5,4	5,3	6,0	7,8	9,7	1,6	–	48,2	15,2	6,0	13,1	-23,8	г. Москва
2,8	**4,4**	**4,4**	**-4,8**	**-2,1**	**1,6**	**9,7**	**7,1**	**13,8**	**11,1**	**12,4**	**14,5**	**Северо-Западный федеральный округ**
-6,1	–	–	–	–	16,8	-11,8	-18,4	-9,9	-12,9	-6,0	-10,0	Республика Карелия
-1,7	-9,8	-10,8	-7,3	-7,8	-11,6	-3,8	10,5	12,8	8,2	7,9	2,3	Республика Коми
-21,4	-11,0	–	–	–	–	-16,3	-2,9	-14,7	-16,5	-11,6	-17,3	Архангельская область
												в том числе:
-26,5	–	–	–	–	–	-36,9	-31,1	-53,6	-46,8	-42,5	-48,5	Ненецкий автономный округ
-20,9	-11,0	–	–	–	–	-10,6	1,2	-1,4	-6,8	-2,7	-8,0	Архангельская область без автономного округа
4,1	6,7	3,4	1,0	8,0	0,3	8,7	7,7	8,3	9,0	11,4	7,2	Вологодская область
8,3	-3,2	-3,8	-40,7	-39,3	-20,8	14,1	7,7	22,7	17,0	20,9	11,9	Калининградская область
9,5	8,0	11,5	4,0	4,7	6,6	17,0	11,3	14,0	9,8	7,6	9,6	Ленинградская область
-8,6	-65,9	–	–	–	–	-16,3	-8,4	-20,5	-27,7	-19,6	-20,6	Мурманская область
14,1	21,4	1,9	-1,1	2,3	4,6	12,7	7,5	10,6	10,8	8,1	9,1	Новгородская область
4,4	-4,4	-0,1	-6,9	-0,7	-4,8	8,4	1,9	32,1	29,2	33,9	41,7	Псковская область
-4,2	18,0	1,1	-39,6	-24,8	-15,2	5,3	-4,4	-0,1	-5,4	12,8	21,8	г. Санкт-Петербург
16,3	**24,0**	**45,8**	**38,2**	**27,6**	**29,1**	**13,2**	**12,1**	**16,5**	**7,3**	**4,1**	**3,6**	**Южный федеральный округ**
-10,1	15,8	23,0	29,9	15,0	25,2	44,6	7,6	8,0	6,8	10,7	15,5	Республика Адыгея
15,3	10,8	32,0	35,4	17,3	16,0	23,2	11,4	9,2	7,2	10,0	19,0	Республика Калмыкия

Рис.2.



	Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток) организаций[1], млн руб.											
	растениеводства						животноводства					
	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2005	2010	2015	2016	2017	2018
Приволжский федеральный округ	**283**	**-3613**	**12903**	**13036**	**6131**	**-423**	**3553**	**7028**	**23004**	**7424**	**8883**	**16154**
Республика Башкортостан	464	24	437	1775	258	723	56	985	2008	1253	-3249	-823
Республика Марий Эл	31	27	45	-25	-140	-6	239	387	1408	-3614	-1033	697
Республика Мордовия	69	374	511	581	464	147	298	766	3426	2871	3003	5265
Республика Татарстан	-51	-1234	2673	1974	874	748	-50	936	5880	120	438	1115
Удмуртская Республика	142	-93	177	199	127	195	396	1302	2130	2276	2368	2542
Чувашская Республика	40	40	158	146	179	34	119	24	797	546	592	722
Пермский край	-14	54	61	24	-8	12	472	878	2655	1711	2088	875
Кировская область	-5	14	-114	-37	15	6	577	1169	3400	2848	3350	3129
Нижегородская область	90	-963	278	16	180	-396	874	217	1014	983	1893	1418
Оренбургская область	-218	-150	-50	20	48	42	209	-670	365	-794	-2219	-533
Пензенская область	-86	-686	3629	2428	581	-2555	262	1077	388	-279	1244	1098
Самарская область	-512	-369	2425	2260	1345	1891	164	-485	-743	-327	63	-106
Саратовская область	434	7	2288	3511	2244	-675	148	449	515	428	222	312
Ульяновская область	-101	-658	385	164	-36	-589	-211	-7	-239	-598	143	443
Уральский федеральный округ	**-9**	**-66**	**1300**	**-912**	**1049**	**371**	**2445**	**6093**	**9695**	**7802**	**7873**	**5593**
Курганская область	4	-81	510	103	511	120	-71	18	254	209	140	179
Свердловская область	54	222	251	197	179	72	1037	2137	4229	3790	2522	3588
Тюменская область	207	91	747	160	545	340	528	2501	3324	2210	2504	2280
в том числе:												
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	–	-6	13	-30	-4	-3	-8	-9	1	-15	5	6
Ямало-Ненецкий автономный округ	–	–	–	-6	–	–	-89	87	25	79	62	-10
Тюменская область без автономных округов	–	97	734	196	549	343	625	2423	3298	2146	2437	2284
Челябинская область	-274	-298	-208	-1372	-186	-161	951	1437	1888	1593	2707	3546
Сибирский федеральный округ	**8**	**2601**	**5801**	**4817**	**3282**	**4542**	**4594**	**8962**	**15412**	**8701**	**14965**	**14516**
Республика Алтай	1	7	2	4	1	–	40	5	74	-221	1452	-47
Республика Тыва	-2	1	0,2	0,0	1	1	0,2	0,2	3	5	8	8
Республика Хакасия	15	73	70	6	–	–	59	82	-50	6	70	87
Алтайский край	-321	1435	2659	3277	2528	3103	235	1755	1126	334	2302	1869
Красноярский край	225	559	1691	1612	490	689	1680	1673	1879	-763	2180	2462
Иркутская область	65	129	74	62	78	170	918	1455	2816	2517	2774	2187
Кемеровская область	109	78	-9	-378	-389	757	234	284	1820	294	-1788	-323

Рис.3.

1. Самый адекватный формат для обработки массивов данных для программ Deductor, STATISTICA, использующихся для построения нейронных сетей, - таблицы Excel. Однако на официальном сайте Федеральной службы государственной статистики [3] многие файлы представлены в формате Word. Поэтому приходится копировать таблицы из текстовых документов.
2. Сводные (выделены жирным шрифтом на рис.1-3, но в дальнейшем аналище не используемые) строки в таблицах помещаются между остальными, поэтому приходится копировать таблицы частями.
3. Отдельные показатели располагаются на разных листах, что не позволяет скопировать таблицу.
4. Ряд данных в таблицах отсутствует (прочерки или пустые места в таблицах), что не позволяет корректно проводить исследования (Рис.3).
5. Сноски, находящиеся внутри таблицы, мешают корректной обработке информации.

6. Допущены неточности в содержании данных, а именно – не существует таких субъектов РФ, как Архангельская область без автономного округа (рис.2) и Тюменская область. Однако они присутствуют в таблицах. Поэтому их приходится вырезать при копировании данных.
7. К тому же, некоторые файлы попросту не открываются (отображаются неправильно). Например, есть файл формата .rar, но он не открывается должным образом даже при использовании приложения Excel (рис.4).

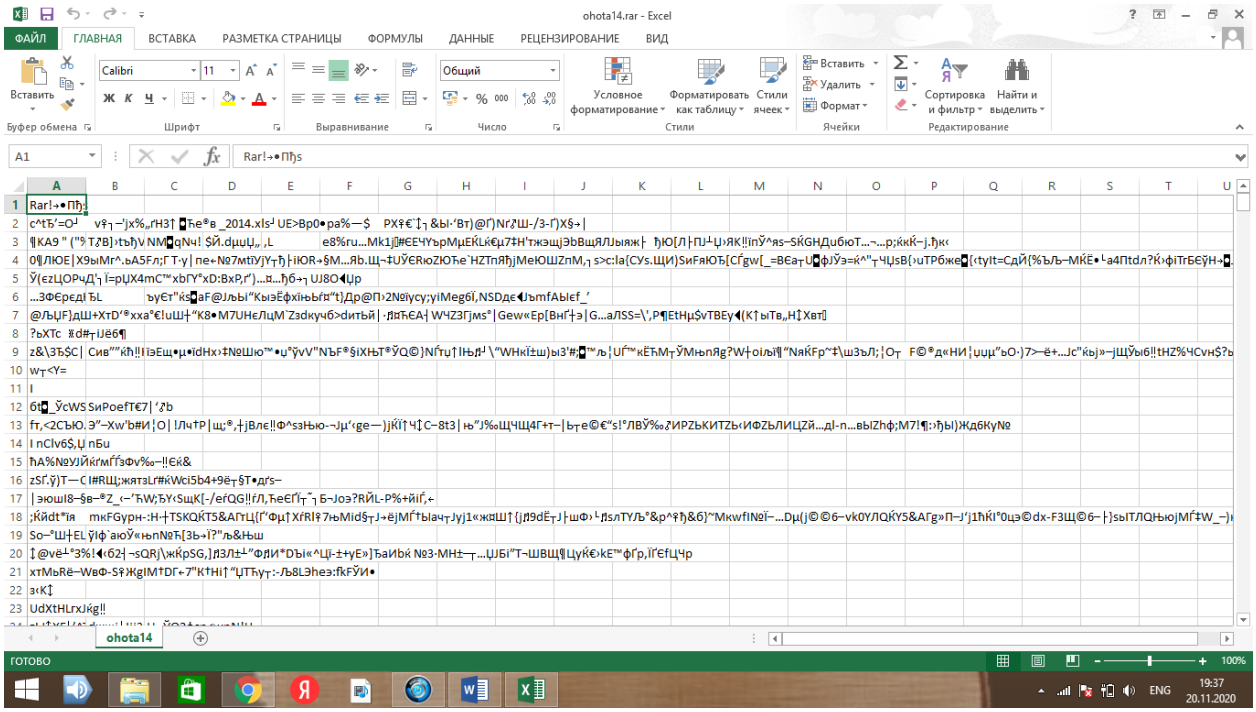


Рис.4.

Рассмотрим, каким образом можно решить вышеуказанные проблемы.

Можно дать следующие рекомендации:

1. Формат Excel.
2. Перенос сводных строчек в одно место в начале или в конце таблиц.
3. Создание возможности для копирования больших таблиц (чтобы они не разносились по разным листам по горизонтали).
4. Заполнение пустых мест в таблицах.
5. Вынос сносок за пределы таблиц.

6. Устранение неточностей в содержательной части таблиц (исключение или вынесение в отдельные места Архангельской области без автономного округа и Тюменской области).
7. Устранение проблем с открытием файлов и сжатых папок, посредством которых представлены таблицы.

Таким образом, представление исходных данных для интеллектуальных технологий поддержки принятия решений на сегодняшний день неидеально. А ведь именно от него зависит скорость проведения научных экспериментов. Для того, чтобы исследования осуществлялись быстрее и эффективнее, необходимо внести коррективы в формат (желательно, чтобы все данные были представлены в формате Excel), содержательную часть (так как имеют место неточности в формулировке самих данных, их недостаточность) и оформление массива данных (некоторые элементы, которые находятся в таблицах, зачастую только мешают их обработке).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Указ Президента РФ от 10 октября 2019 г. № 490 "О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации" (дата обращения 21.11.2020).
2. Перова В.И., Корчемный П.В. Нейросетевое моделирование динамики развития сельского хозяйства Российской Федерации // Экономический анализ: теория и практика. – 2018. – Т. 17, № 2. – С. 379 – 396.
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики – URL: https://rosstat.gov.ru/ (дата обращения 21.11.2020).

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОГО И ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОГРЕССА

Седов И.М.

Нижегородский Губернский Колледж

Актуальность данной темы определена основательными технологическими модификациями, добавляющими новейшие свойства, как во всемирную экономическую систему, так и в российскую экономику и экономику отдельных рынков и предприятий. Сектора экономики со временем функционируют в обстоятельствах обновленного постиндустриального общества, необходимой составляющей которого считается цифровая экономика. Прогресс в новых обстоятельствах управления организациями подразумевает стабильную адаптацию бизнеса, в том числе и банковского, к динамично меняющейся сфере на тактическом и стратегическом уровне.

Непосредственный переход на цифровую экономику стал возможным в рамках реализации Указа Президента РФ от 07.05.2018 г № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития РФ на период до 2024 года», в том числе с целью решения задачи по обеспечиванию ускоренного введения цифровых технологий в экономике и социальной сфере, Правительством РФ в основе проекта «Цифровая экономика Российской Федерации» сформирована государственная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» утвержденная протоколом заседания президиума Совета при Президенте РФ согласно стратегическому развитию и государственным проектам от 04.06. 2019г.№7. В соответствии с данным Указом учрежден Департамент развития цифровой экономики, основной функцией которого является выполнение поручений Министерства Финансов по реализации федерального проекта

«Нормативное регулирование цифровой среды» государственной программы «Цифровая экономика Российской Федерации». Основная цель федерального проекта – создание концепции правового регулирования цифровой экономики, основанной на гибком подходе в любой области социальных отношений.

Изменение значимости информации в концепции экономических отношений, преобразование ее в одно из основных условий создания товаров и услуг, наблюдаемое на фоне активного технологического прогресса общества обусловило возникновение обособленной отрасли научных знаний, исследующей характерные черты информационного обеспечения процессов, проходящих в экономике на макро и микроуровне. Цифровая экономика предполагает собой вид экономики, характеризующийся доминирующей значимостью информации и знаний как определяющих ресурсов в области производства материальных товаров и услуг, а также активным применением цифровых технологий хранения, обработки и передачи информации.

Предметом цифровой экономики считаются экономические отношения, складывающиеся в ходе производства, обмена, распределения и потребления научно-технической информации с помощью цифровых информационных технологий, также экономические законы, которым подчиняется развитие этих процессов.

Предпринимательство в цифровом мире — это абсолютное переосмысливание классических подходов к работе с клиентами, создание оригинального опыта, навыков, свежий взгляд на партнерство и конкуренцию, и, бесспорно, новые модификации и подходы к тому, как нынешние бизнес-стратегии определят собственное воплощение в повседневной деятельности фирм и банков — в операционной модели.

Под воздействием новых цифровых технологий совершаются многомерные перемены, как на глобальном уровне, так и на уровне

государств, индустрий, корпораций и самих людей. Предприятия меняются как внешне, так и внутренне.

Цифровая экономика оказала воздействие почти на все секторы экономики и социальной жизни: производство, торговля, транспортные, банковские и финансовые услуги, образование, СМИ и т.д. Данное влияние распространяется далеко за границы информационных технологий. Технологии расширяют способности людей, бизнеса, предприятий в различных направленностях, предоставляют вероятность формирования распространения идей разработки и коммерциализации инноваций.

Инструментов, с помощью которых концепция цифровой экономики может быть выполнена на практике, существует довольно большое количество, при этом большая часть из них подразумевает многостороннюю интеграцию цифровых информационных технологий и реальных экономических процессов на уровне стран, рынков и организаций.

Одновременно с прогрессом информационной цифровой экономики идет процесс развития информационного рынка. С увеличением информатизации и цифровизации общества, бизнеса – информационно-цифровая индустрия начинает преобладать в экономике, производство становится все более инновационным и наукоемким.

Формирование цифровой экономики привело к трансформациям не только лишь в производственных концепциях и источниках формирования национального дохода, но и к решающим переменам на разных рынках. Таким образом, произошел переход к новому типу конкуренции, получившему наименование «гиперконкуренция». Оптимальный подход достижения успеха в такого рода конкурентной борьбе – непрерывное создание новейших преимуществ.

Для цифровой экономики свойственна локализация различных сфер специализированной ИТ деятельности. Данные области представлены

профессиональными сообществами квалифицированных специалистов по цифровым технологиям применяющих особые инструменты разработки и коммуникации. На информационном рынке практикуются специальные способы конкуренции ИТ структур, исполняющих узкопрофильную функцию – разработка инновационных технологий для генерирования, хранения, обработки и передачи информации. В цифровой экономике непосредственно данная функция ориентирована на оптимизацию деловых процессов компаний и бизнеса в целом. Цифровая экономика дает возможность обнаружить точки, новые пути или прежде не применявшиеся стратегии развития экономических систем.

Цифровая экономика по причине особой значимости в ней нематериальных активов, позволяет преодолеть ряд ограничений, которые были характерны традиционной экономике. Материальные продукты подвергаются износу в ходе эксплуатации, а нематериальные (цифровые) товары не утрачивают потребительских свойств, более того, эти свойства зачастую улучшаются.

Достаточно часто в практике бизнеса можно наблюдать организационные и управленческие проблемы, найти решение которых традиционным путем и настройкой бизнес-процессов становится все труднее. Цифровая экономика привнесла на уровень компании ряд качественных изменений:

1) Появление информационного производственного фактора, ставшего значимым ресурсом;
2) Рост затрат на производство так как информация, как товар и фактор имеет свою цену;
3) Сокращение трансакционных издержек за счет применения информационных технологий, и многие другие изменения.

В период цифровой экономики стратегически значимым активом считаются знания. Они играют главную роль в устойчивом экономическом развитии фирм разных отраслей. В связи с этим рационально создавать новые подходы к разработке стратегий развития бизнеса, основанных на современных инструментах и способах интеграции корпоративных знаний в концепцию управления предприятием. Интенсивное применение интеллектуальных активов предоставляет возможности для создания внутренних и внешних компетенций, которые совместно образуют систему ключевых компетенций предприятий.

Прогресс цифровой экономики оказывает существенное воздействие на внутреннюю и внешнюю среду нынешнего бизнеса. Происходят кардинальные перемены в сфере информационно-коммуникационных технологий, которые отражаются на различных направлениях деятельности фирм.

Положение организаций на рынке в условиях цифровой экономики становится все более сложным, увеличиваются риски и уровень неточности при принятии стратегических решений. Такая обстановка связана с неустойчивой конъюнктурной из-за активных изменений на технологическом уровне, подъемом интенсивности конкуренции, усилением наличия государства в экономике.

Технологические изменения, характерные цифровой экономике создают новые рыночные правила игры, что относится ко всем сферам бизнеса. В цифровой экономической среде юридическим лицам необходимо постоянно искать новые конкурентоспособные стратегии и увеличивать эффективность конкурентной борьбы.

Чтобы «выживать» и развиваться в новых условиях, организациям следует динамично наращивать свою компетентность в области цифровых информационных технологий. Базовые направления повышения

компетентности, как на индивидуальном, так и на организационном уровне завязаны на новые источники получения информации о внешнем окружении, новые каналы передачи информации и новые критерии оценки эффективности бизнес-деятельности.

За последнее время предприятия, потребители и государства по всему миру частично перешли в киберпространство и облачную среду во многих отраслях своей деятельности, благодаря развитию цифровой экономики. Многие люди проводят значительную часть своей повседневной жизни в киберпространстве, создавая и наслаждаясь новыми типами социальных отношений, которые были невозможны или финансово недоступны 20 лет назад. С ростом популярности и доходности новых отраслей секторов экономической деятельности и возросла доля мошенничества, а также риски и угрозы исходящие от него. Создание безопасного киберпространства становится фактором, способствующим более эффективному использованию цифровой среды. Для его обеспечения требуются совместные усилия всех заинтересованных сторон, включая правоохранительные органы, правительства, технологические отрасли и отдельных лиц в обществе.

Министерство финансов РФ разработало пакет законопроектов о цифровой валюте в связи с реалиями цифровой экономики: в законопроектах отмечается, что субъекты "антиотмывочного" закона, будут обязаны направлять в Росфинмониторинг информацию об операциях с цифровыми валютами. "Так, для выполнения обязательств РФ в рамках Группы разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег (ФАТФ) подготовлены изменения в так называемый "антиотмывочный" закон № 115-ФЗ. В соответствии с изменениями, организации и лица, которые являются субъектами данного закона, будут обязаны направлять в Росфинмониторинг информацию об операциях с цифровыми валютами".

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации – URL: https://www.economy.gov.ru (дата обращения: 30.04.2015)
2. Официальный сайт Министерства цифрового развития связи и массовых коммуникаций Российской Федерации - URL: hhtps://digital.gov.ru (дата обращения последнего обновления: 11.08.2020)
3. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации - URL: hhtps://minfin.gov.ru (дата обращения: 11.11.2020)
4. Официальное Российское государственное агенство федерального уровня «Тасс» - URL: https://tass.ru (дата обращения: 11.11.2020)

АНАЛИЗ СПРОСА НА СЕРВИСЫ ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Скопин В.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Сегодня Российская Федерация переходит к новому типу общества – от индустриального к постиндустриальному, или цифровому. Переход к «цифре» сопровождается ростом пользователей сети Интернет, переносом выполнения большей части бизнес-процессов в единой глобальной сети и, как следствие, увеличением роли Интернета в экономике государства. Параллельно с этими процессами переход к «цифре» предполагает построение системы государственных и общественных институтов таким образом, чтобы обеспечить рост потенциала каждого гражданина в течение всей жизни, т.е. выстраивание системы непрерывного образования. Также этот переход предполагает, что новейшие технологии формируются на стыке дисциплин, а значит, молодые специалисты должны быть к этому подготовлены. Такая задача ставится в Национальном проекте «Образование»: «Формирование системы непрерывного обновления работающими гражданами своих профессиональных знаний и приобретения

ими новых профессиональных навыков, включая овладение компетенциями в области цифровой экономики всеми желающими».

По данным РАЭК на 2019 год вклад экономики Рунета в экономику России составил 6.4 трлн. рублей (5.79%), что в 1.6 раза больше, чем годом ранее. При этом 48% образовательных онлайн-проектов были созданы в России только за 2019 год [1].

При этом с каждым годом увеличивается предложение на предоставление образовательных услуг в сети Интернет. Но в какой степени оно соответствует спросу и как в целом можно охарактеризовать спрос, предъявляемый молодежью на сервисы онлайн-образования? Если цифровая экономика предъявляет в качестве одного из требований к ее субъектам непрерывное получение образования, то можно предположить, что целью прохождения курсов на сервисах онлайн-образования у молодежи является желание стать более дифференцированными и конкурентоспособными сотрудниками, т.е. претендовать на лучшие условия труда, имея большее количество знаний и навыков в своей сфере и смежных.

На сегодняшний день существуют работы, посвященные изучению и анализу массовых открытых онлайн-курсов (МООК) в рамках обучения в высших учебных заведениях и анализу влияния онлайн-образования на экономику государства. Л.В. Попова, Н.Н. Марфенин, П.Л. Пеккер представляют обобщенный портрет российского слушателя открытого онлайн-курса [2]. Н.М. Антипина, Е.Г. Жигирева, Т.А. раскрывают важность онлайн-образования для экономики образования и эффективность финансовых вложений в него [3]. Куренков В.В., Борисовский Г.Г., Фатьянов Ю.М. проанализировали наиболее востребованные специальности для цифровой экономики и выяснили, что наиболее часто онлайн-курсы проходят граждане в возрасте от 18 до 30 лет [4].

В исследовании поставлена цель – статистическими методами определить спрос молодежи Нижегородской области на сервисы онлайн-

образования, установить опыт обращения к сервисам онлайн-образования; используемые платформы; предпочтительную тематику и направленность.

В ходе исследования в период с 05.10.2020г. до 29.10.2020г. было проведен опрос молодежи в возрасте от 18 до 30 лет Нижегородской области. На вопросы анкеты ответили 274 человека. Статистическая погрешность данных такого исследования не превышает 5%. От общего числа опрошенных большую часть составляют женщины (134 человека – 75.28%), мужчин – 45 человек (25.28%). Среди респондентов наиболее представленной группой является возрастная группа «18-22 лет» - 125 человек (70.22%), на 2 месте «23-27 лет» - 31 человек (17.42%) и на 3 месте – «28-30 лет» - 15 человек (8.43%). Большая часть опрошенных – 147 человек (82.58%) никогда не были женаты или замужем и не имеют детей – 169 человек (94.94%). Наибольшая доля всех респондентов -123 человека (69.10%)- проживает в городе с населением более 1 млн. человек.

В общем объеме от всех опрошенных большинство – 95 человек (53.37%) относят себе к категории «Денег достаточно на покупку еды, одежд, товаров длительного пользования, но не хватает для покупки квартиры или машины»; 45 человек (25.28%) относят себя к категории «Денег хватает на еду и одежду, но недостаточно для покупки товаров длительного пользования», 20 человек (11.24%) – к категории «Мы можем позволить себе практически все, что захотим», 18 человек (10.11%) –к категории «Денег хватает на еду, но покупать одежду сложно» и лишь 1 человек (0.56%) – к категории «Денег не хватает даже на еду».

В ходе исследования было выяснено, что онлайн-курсы ранее проходили или проходят в данный момент 152 респондента (55.07%), 124 опрошенных не обучались на онлайн-курсах, однако 26 (9.42%) из них планируют это сделать.

В ходе анкетирования респондентам предложено указать, какие платформы они используют для онлайн-обучения. В предложенный список

были включены сервисы, наиболее популярные среди пользователей во всем мире и в России (табл. 1).

Таблица 8. Сервисы онлайн-образования

Название сервиса онлайн-образования	Посещаемость Интернет-сайта сервиса онлайн-образования, млн. человек в год [5]	Аудитория сервиса по национальной принадлежности
1. Duolingo	798.9	Мир
2. Coursera	700.9	Мир
3. Stepic	33.9	Мир
4. Яндекс. Практикум	32.4	Россия и страны СНГ
5. GeekBrains	34.8	Россия и страны СНГ
6. Открытое образование	28.4	Россия и страны СНГ
7. Универсариум	1.2	Россия и страны СНГ

Наибольшее количество опрошенных отдает предпочтение онлайн-курсам на сервисной платформе «Duolingo» – 56 человек (31.46%), на втором месте по популярности платформа «Stepic» - ее выбрали 45 респондентов (25.28%), на 3 месте – «Coursera» - 44 человека (24.72%), на 4 месте – «Открытое образование» - 41 человек (23.03%), на 5 месте – «Яндекс.Практикум» - 35 человек (19.66%), на 6 месте «GeekBrains» - 18 человек (10.11%) и на последнем месте «Универсариум» - 14 человек (7.87%). 46 опрошенных отметили, что обучаются на других сервисных платформах.

Стоит отметить, что большинство опрошенных (145 респондентов – 81.46%) выбирают в среднем 1 или 2 сервиса для прохождения обучения. Также наиболее часто в качестве второго сервиса онлайн-образования в трети случаях выбирают сервисную платформу, основным направлением курсов которой являются иностранные языки.

При прохождении онлайн-курсов респондентами наиболее часто ставили следующие цели: повысить общую эрудицию и расширить кругозор – 98 человек (55.06%); улучшить свои знания в своей сфере – 92 человека (51.69%); получить знания в смежной области, чтобы быть более конкурентоспособным на рынке труда – 75 человек (42.13%).

Реже целями прохождения онлайн-курсов являются следующие: получить знаний в другой сфере и поменять работу или направление обучения – 41 человек (23.03%); повысить квалификации на текущей работе – 36 человек (20.22%).

Анализируя первые две по полярности цели, можно сказать, что они отражают запрос на получение новой информации, знаний и навыков. Респонденты, базируясь на ранее полученных знаниях, готовы расширять их и познавать новые области. Можно сказать, что таким образом молодежь создает свою индивидуальную образовательную траекторию, которая способствует формированию тех или иных компетенций, отличающих одного субъекта от другого на рынке труда. Однако цель прохождения онлайн-курсов, обусловленная желанием стать более конкурентоспособным на рынке труда, по популярности среди респондентов находится лишь на третьем месте. Можно сделать вывод о том, что на данный момент у молодежи не сформировалось понимание следующей зависимости: «ЗНАНИЯ – КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ». На данный момент у молодежи следующее видение: «ЗНАНИЯ для ЗНАНИЯ».

Менее популярно среди респондентов прохождение онлайн-курсов с целью смены своей работы или направления обучения, а также с целью, связанной с необходимостью повышения квалификации на текущей работе. Можно сделать вывод, что заявленный в обществе и законодательстве тренд на непрерывное получение образования на данный момент не находит отклика среди молодежи.

Среди новейших профессий в сфере информационных технологий, интернета, мобильных технологий HR-директоры называют специальности,

связанные с науками о данных (Big Data, анализ данных и т.д.) [4]. В «Атласе новых профессий», который был создан по инициативе Агентства стратегических инициатив, рассмотрены 25 востребованных в будущем отраслей, которые уже сегодня требуют кадровых и профессиональных изменений. В этот список включены: медицина, строительство, безопасность, авиация, культура и искусства, образование и другие. При этом каждая специальность является междисциплинарной, включающей в свою деятельность не только известное сегодня содержание, но и применение его с использованием IT- или цифровых технологий [5]. Например, крупнейшая в России дизайн-компания «Студия Артемия Лебедева» в своей работе применяет искусственный интеллект, который самостоятельно создает дизайн и логотипы, а дизайнер, как оператор его деятельности, лишь отбирает лучшие варианты.

Среди направлений подготовки в рамках онлайн-курсов, респонденты наиболее часто выбирают следующие темы: «Иностранные языки» - 79 человек (44.38%); «Личностное развитие» - 71 человек (39.89%); «Экономика и бизнес» - 55 человек (30.90%). На четвертом месте по популярности находится тема «Гуманитарные науки» - 49 человек (27.53%); на пятом – «Компьютерные науки» - 43 человека (24.16%); на шестом – «Естественные и технические науки» - 34 человека (19.10%); на седьмом месте – «Науки о данных» - 28 человек (15.73%) и на последнем месте среди выбираемых тем – «Медицина» - 22 человека (12.36%).

Важнейшие для специалиста практически в любой области в условиях цифровой экономики компьютерные науки и науки о данных как направления для изучения на онлайн-курсах занимают по популярности лишь 5 и 7 места соответственно. Вероятно, что данные направления недооценены молодежью, что может быть обусловлено недостаточной информированностью людей о том, насколько сильно информационные и цифровые технологии проникают в любые сферы жизни. В то же время на первом и втором местах по популярности находятся изучение иностранных

языков и личностное развитие. Оба этих пункта чрезвычайно важны в условиях цифровой экономики для беспрепятственной коммуникации с участниками рабочей деятельности. Также стоит отметить, что последнее место занимает выбор медицины для изучения, несмотря на то, что в последние время этой отрасли уделяется особое внимание: поддержка грантами и повышение количества бюджетных мест по направлениям биофизики, генетики и т.д.

В заключение можно сделать вывод о том, что целью прохождения онлайн-курсов является расширение ранее полученных знаний и познание новых областей. Онлайн-курсы позволяют каждому человеку сформировать индивидуальную образовательную траекторию. При этом наиболее часто молодежь выбирает для прохождения онлайн-курсов две сервисные платформы. Причем если одна выбранная платформа наиболее часто является междисциплинарной, то другая выбранная ориентирована на иностранные языки. Наиболее предпочтительными темами для изучения являются иностранные языки и личностное развитие. Гипотеза, сформулированная в начале исследования, подтвердилась лишь отчасти. Представители молодежи проходят онлайн-курсы не для того, чтобы стать более дифференцированными и конкурентоспособными на рынке труда, а для того, чтобы их знания стали более насыщенными и глубокими. Но, по сути, такое насыщение знаниями и делает человека конкурентоспособным, однако, судя по всему, это не является первостепенным для молодежи, т.е. у молодежи еще не сформировались компетентности, позволяющие связать получение знаний с их приложением.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Экономика рунета: главные цифры и выводы [Электронный ресурс] // Российская ассоциация электронных коммуникаций – URL: http://www.экономикарунета.рф/ (дата обращения: 15.11.2020)

2. Попова Л.В., Марфенин Н.Н., Пеккер П.Л. Портрет слушателя открытого онлайн-курса // Высшее образование в России. 2017. № 10 (215). С. 149-155. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30383254

3. Антипина И.М., Жигирева Е.Г., Гусева Т.А. Онлайн - обучение и экономика образования // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 4-2. С. 8-11. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38073825

4. Куренков В.В., Борисовский Г.Г., Фатьянов Ю.М. Анализ наиболее востребованных специальностей для цифровой экономики // Экономика и бизнес: теория и практика - 2019г. № 2. С. 86-89. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=39166520

5. Атлас новых профессий 3.0. / под ред. Д. Варламовой, Д. Судакова. — М.: Интеллектуальная Литература, 2020. — 456 с. - URL: https://www.skolkovo.ru/public/media/documents/research/sedec/SKOLKOVO_SEDeC_Atlas.pdf

ОЦЕНКА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «СТЕКЛО-ЛЮКС»

Согомонян А.Ж.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Для эффективной жизнедеятельности организации необходима специальная система внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной деятельности. В настоящее время планирование аудита является одним из самых важных этапов аудиторской проверки, так как от этого зависит рациональность эксплуатации трудовых ресурсов предприятия, времени, проведённого для обнаружения существенных ошибок в финансовой (а также бухгалтерской) отчётности клиента и использование различных факторов для обеспечения непрерывной деятельности организации.

В современном мире, в условиях рыночной экономики, внутрихозяйственный контроль выступает важнейшим средством

организации для регулирования всех видов деятельности по производству и услуг. Так как эффективность управленческих решений во многом зависит от достоверности бухгалтерской отчётности, проблема оценки внутреннего контроля так актуальна сейчас. Цель внутреннего контроля предприятия – это своевременное выявление проблем в бухгалтерской отчётности на ранних этапах, своевременное устранение искажений и ошибок, что позволит повышать эффективность работы в целом.

Статья 19 Федерального закона от 06.12.2011 № 402-ФЗ (в ред. от 26.07.2019) «О бухгалтерском учете» обязывает вести внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной деятельности. Если отчётность организации подлежит обязательному аудиту, организация обязана проводить внутренний контроль ведения бухгалтерской отчётности. Процедуры внутреннего контроля должны быть задокументированы.

Целью выполнения данной работы является раскрытие теоретических и практических аспектов оценки системы внутреннего контроля в ходе планирования аудиторской проверки на ООО «Стекло-Люкс» и внесение предложений по ее совершенствованию.

Для достижения заданной цели потребуется ознакомиться с технико-экономической характеристикой учета и управления на ООО «Стекло-Люкс», оценить систему внутреннего контроля данной организации, внести предложения по совершенствованию оценки системы внутреннего контроля и делать выводы. Процедуры внутреннего контроля данной организации включают в себя несколько элементов:

1) Задокументированных всех сделок и хозяйственных операций;
2) Проверка соответствия введения первичных учётных документов установленным требованиям;
3) Оценка достоверности информации;
4) Санкционирование операций;
5) Контроль фактического наличия объектов;
6) Анализ и оценка осуществляемых сделок;

7) Процедуры, связанные с компьютерной обработкой информации.

ООО "Стекло-Люкс" - борский завод-производитель автостекла.

ООО «Стекло-Люкс» имеет устойчивое положение среди аналогичных предприятий во всём России. Общество является юридическим лицом, имеет печать со своим наименованием, фирменный знак (символику), расчетный счет и другие счета в учреждениях банков.

ООО «Стекло-Люкс» – это крупнейший завод по производству автомобильного стекла и крупнейший поставщик листового стекла в России. На территории предприятия в городе Бор Нижегородской области расположены цеха по производству стекольной продукции, оснащенные современным оборудованием. Главные преимущества завода ООО «Стекло-Люкс» - это неизменно высокое качество продукции и доступные цены, большой складской запас и удобные условия для покупателей.

«Стекло-Люкс» изготавливает несколько тысяч наименований стекол триплекс для легковых иномарок, ветровое стекло. В каталоге товаров для грузовых иномарок можно найти несколько сотен наименований стекол триплекс. В ассортименте представлены ветровые боковые и задние стёкла для всех отечественных легковых грузовых автомобилей и автобусов. Качество продукции подтверждено международными сертификатами. Ассортимент производимой продукции расширяется на 10-ки моделей, непрерывно пополняется и совершенствуется.

Необходимость функционирования системы внутреннего контроля определяется Законом № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете». Данный закон в статье 19, регламентирует организацию и осуществление экономическим субъектом совершаемых фактов хозяйственной жизни.

Объектом внутреннего контроля ООО «Стекло-люкс» является в первую очередь бухгалтерский учет. В бухгалтерском учете возникновение некачественной первичной информации связано с отсутствием продуманной системы контроля на двух стадиях учетного процесса: сбора и регистрации данных и их первоначальной обработки.

Организация ведет бухгалтерский учет имущества, обязательств и хозяйственных операций путем двойной записи на взаимосвязанных счетах бухгалтерского учета, включенных в рабочий план счетов бухгалтерского учета.

Рабочий план счетов бухгалтерского учета утверждается организацией на основе Плана счетов бухгалтерского учета, утверждаемого Министерством финансов Российской Федерации.

Бухгалтерский учет имущества, обязательств и хозяйственных операций ведется в валюте Российской Федерации - в рублях. Документирование имущества, обязательств и иных фактов хозяйственной деятельности, ведение регистров бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности осуществляется на русском языке.

Для ведения бух учёта организации в ООО «Стекло-люкс» формируется учётная политика.

Денежное и расчётное документирование, а также финансовые и кредитные обязательства являются недействительными без подписи главного бухгалтера.

В ООО «Стекло-люкс» первичное учётное документирование составляется в момент совершения хозяйственной операции, при невозможности составления документооборота в момент совершения хозяйственной операции – непосредственно по окончании операции.

В ООО «Стекло-люкс» хозяйственные операции отражаются в регистрах бухгалтерского учета в хронологической последовательности, и группироваться по соответствующим счетам бухгалтерского учета. Достоверность хозяйственных операций в регистрах бух учёта обеспечивают лица, которые составили и подписали их.

При хранении регистров бухгалтерского учёта должна осуществляться защита от несанкционированных исправлений. А любые исправления ошибок в регистрах бух учёта должны быть обоснованы и подтверждены

подписью лица, который внёс данные исправления, с указанием даты исправления.

Информация, находящаяся в регистрах бухгалтерского учёта и внутренней бухгалтерской отчётности является коммерческой тайной, а лица, которые получили доступ к такой информации, должны хранить коммерческую тайну.

В ООО «Стекло-люкс» оценка имущества, приобретенного за плату, осуществляется путем суммирования фактически произведенных затрат на его покупку; имущества, полученного безвозмездно, - по рыночной стоимости на дату оприходования; имущества, произведенного в самой организации, - по стоимости его изготовления.

Формирование текущей рыночной стоимости производится производится на основе той цены, которая действует на дату оприходования имущества.

Первичные и сводные учетные документы составляются на бумажных и электронных носителях. В последнем случае организация должна изготовлять за свой счёт копии документов в бумажной форме для других участников хозяйственной операции, а также по требованию органов, которые осуществляют контроль в соответствии с законодательством РФ.

Чтобы оценивать имущество, приобретённое за плату, необходимо суммировать фактически произведённые затраты на его покупку. Для оценки имущества, полученного безвозмездно используется рыночная стоимость на дату оприходования, а имущества, произведенного в самой организации – по фактическим затратам, связанным с производством объекта имущества.

В ООО «Стекло-люкс» с целью обеспечения достоверности своих данных проводит инвентаризацию имущества и обязательств.

В ООО «Стекло-люкс» проведение инвентаризации обязательно:

1) при передаче имущества в аренду, выкупе, продаже
2) при реорганизации или же ликвидации организации

3) при выявленного факта хищения, порчи имущества, а также в случае стихийного бедствия

4) при смене материально ответственных лиц

При расхождении между фактическим наличием имуществам и информации, предоставленной по данным бухгалтерского учёта;

1) Излишек имущества приходуется по рыночной стоимости на дату проведения инвентаризации, и соответствующая сумма зачисляется на финансовые результаты

2) Недостача имущества и его порча зачисляются на издержки производства.

Функции сбора и систематизации сводной фактической и плановой информации выполняет бухгалтерия ООО «Стекло-люкс». А контроль за исполнением расходов и калькулирование фактической себестоимости выполняется экономическим отделом организации.

В ООО «Стекло-люкс» начисление амортизации объектов основных средств производится линейным способом.

Изменения первоначальной стоимости ОС должны быть отражены в приложениях к бухгалтерскому балансу.

Бухгалтерская отчетность составляется за отчетный год. Отчетным годом считается период с 1 января по 31 декабря календарного года включительно.

Бухгалтерская отчётность подписывается руководителем и главбухом организации.

Для учёта товарно-материальных ценностей на предприятии используются две программы: 1С Бухгалтерия, а также программа складского учёта SOUTH.

В организации первичная учётная документация хранится не менее 5 лет. Данный срок определён номенклатурой дел фирмы.

Система внутреннего контроля и управленческого учёта осуществляются исключительно на основании локальных внутрифирменных

стандартов в отличии от бухгалтерского учёта, где присутствует жесткое регулирование документооборота.

В ООО «Стекло-люкс» используются нормативно-справочная документация следующих типов – справочники и классификаторы используемых в производстве материалов.

Указанные документы используются специалистами в процессе работы.

Главной целью управленческого учёта является калькулирование себестоимости и выполнение альтернативных расчетов.

Большое значение уделяется в управленческом учёте учёту отклонений. Осуществляется анализ фактических показателей и фиксируется их отклонение от плановых показателей с помощью применения методов факторного анализа.

Одно из наиболее слабых звеньев в организации деятельности ООО «Стекло-люкс» является полное или частичное отсутствие регламентации линейных связей в структурных подразделениях управляющих компаний. Менеджеры верхнего звена взаимодействуют с однородными функциональными подразделениями нижестоящих и вышестоящих структур, а также друг с другом. Например, при согласовании позиции относительно объема и графика финансирования инвестиционных проектов. Характерно то, что регламентация деятельности функциональных подразделений часто ограничивается описанием процедур взаимодействия по вертикали управления и заканчивается на уровне менеджеров высшего звена. Следствием этого являются несоответствие однородных данных, противоречия в системе управления, связанные с размыванием границ ответственности руководителей функциональных 46 подразделений, слабая горизонтальная интеграция функции контроля.

Один из наиболее назревших вопросов является то, что в организации нет поставленной системы внутреннего контроля. Функция внутреннего контроля реализуется посредством проведения ревизии. Предлагаю

расширить направления ревизии в организации. В целях проверки наличия, состояния и обеспечения сохранности имущества экономического субъекта следует:

- систематически проверять, осуществлять мониторинг систем бухгалтерского учёта и внутреннего контроля;
- давать на основе этих проверок рекомендации по их совершенствованию;
- проверять бухгалтерскую и поступающую оперативную информацию.
- проверять насколько организация придерживается нормативно-правовых актов, учетной политики, указаний руководства или собственников;
- периодически оценивать качество программного обеспечения, используемого на предприятии;
- разрабатывать рекомендации в целом для совершенствования управлению и мероприятия по устранению недостатков.

Рекомендуется использовать специальные виды аналитических процедур специалистам, которые ответственны за внутренний контроль предприятия и проверку достоверности информации.

- сопоставление остатков по счетам;
- сопоставление финансовой и нефинансовой информации;
- сопоставление различных статей отчетности с предыдущими данными;
- сопоставление финансовых показателей со средними показателями по отрасли.

При оформлении и составлении различных документов могут возникать различные ошибки. При помощи проверки такой документации возможно выявить не только нарушения, но и скрытые злоупотребления. Такие нарушения обычно связаны с подделкой документов. В данной организации ООО «Стекло-люкс» будет целесообразно использовать такие приему выявления подделок, как предоставление копий документов с подлинниками, предоставление различных экземпляров одних и тех же документов и т.д. Существенно облегчит проверку составления и оформления документации обязательная унификация форм документации.

С целью сохранения основных ключевых знаний работников должны обрабатываться следующие технологии контроля:

1) Сбор знаний - рекомендуется создать легкодоступный архив всех должностных инструкций и основные правила.

2) Классификация знаний – нужно классифицировать полученную информацию

3) Хранение знаний – информация должна быть внесена как в электронные так и в бумажные носители, архив должен быть доступен для сотрудников, руководства или других лиц, заинтересованных в деятельности организации.

4) Передача знаний - обязательная регулярная аттестация сотрудников.

Для решения проблемы стандартизации управленческой документации предлагается разработать альбом унифицированных форм управленческой документации, внести дополнения в номенклатуру дел кампании и должностные инструкции. Дополнительных финансовых затрат данное предложение не потребует, поскольку эту работу вполне могут выполнить сотрудники ревизионной службы в течение трех-четырех месяцев. Здесь главное задать правильный алгоритм действий.

Не лучшие времена переживало ООО «Стекло-люкс» в условиях экономического кризиса из-за пандемии корон вируса. Чтобы обезопасить сотрудников от корон вируса, компания ввела масочный режим. Однако, на хозяйственную деятельность кризис повлиял в большей степени, нежели на трудовые ресурсы. Падали заказы, росли неплатежи, и из за них стало не хватать оборотных средств. Чтобы исправить созданное положение, потребовалось перейти на режим экономии. Руководству придётся заново налаживать деловые связи и следить за внутренней контролю предприятия, а технологам – разрабатывать новые виды продукции.

Для улучшения качества исполнения внутреннего контроля могут быть использованы такие технологии контроля как сбор, классификация, хранение, передача знаний сотрудников. Организация периодически должна

проверять состояние программного обеспечения. Тогда возможна будет минимизация затрат и рациональная эксплуатация экономических ресурсов организации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Приказ об учетной политике ООО «Стекло-Люкс».
2. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 г. (ред. от 21.07.2014 г.).
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (Часть 1) от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ (ред. 18.07.2017 г.)
4. Федеральный закон от 08.02.98 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» (ред. от 29.07.2017 г.)
5. О формах бухгалтерской отчетности организаций : Приказ Минфина РФ от 02.07.2010 г. № 66н (ред. от 06.04.2015 г.).
6. Аудит. Краткий курс. Учебное пособие. – М.: Окей-книга, 2014. – 126 с.
7. Аудит. Теория и практика. Учебник/Под ред. Н.А. Казаковой. – М.: Юрайт, 2014. — 400 с.
8. Бухгалтерский учет и анализ[Электронный ресурс] : учебник / под ред. А. Е. Суглобова. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2017. - 478 с

БАНКОВСКИЙ СЕРВИС ЦИФРОВОЙ БУХГАЛТЕРИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Субботина К.Г.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Разобраться в бухгалтерских услугах сложно даже опытному бизнесмену. Бумажная волокита и другие подводные камни только осложняют эту задачу, вынуждая бизнесменов прибегать к ненадежным методам ведения отчетности.

Более 80% владельцев бизнеса или ведут финансовый учет самостоятельно, или привлекают к работе третьи стороны — часто по знакомству. Сторонние работники не могут полностью погрузиться в финансовую жизнь предприятия, что сказывается на эффективности, и

нередко оказываются неблагонадежными, ставя под угрозу коммерческую тайну организации.

Более того, бухгалтер становится лишь поставщиком услуг и не отвечает за проделанную работу перед законом, а любое нарушение с его стороны ложится на плечи предпринимателя. То же самое относится и к случаям, когда вопросы к бизнесу возникают со стороны налоговых органов.

Немалая доля специалистов по бухгалтерскому учету не ориентируются в современных средствах общения. Бухгалтер может просто не уметь пользоваться удобным для работодателя мессенджером и в связи с этим тормозить свою деятельность.

Современный предприниматель, лишенный адекватных источников информации, вынужден ориентироваться на слухи или тратить время на поиск достоверных данных, рискуя вовремя не узнать об изменениях в законе. Особенно эта проблема актуальна для начинающих предпринимателей.

Сегодня нельзя не заметить тенденцию к автоматизации и модернизации систем. Коснулось это и бухгалтерского учета – практически все организации нуждаются в автоматизации этого процесса. Огромные тома гроссбухов и бесконечные счета и накладные, которые постоянно терялись, теперь ушли в прошлое.

День за днем новые технологии проникают во все большее число сфер общественной жизни. Бухгалтерское дело не осталось без внимания, теперь информационные технологии напрямую связаны с профессией бухгалтера. В статье я поднимаю вопрос трансформации этой профессии в новых, «цифровых» условиях.

Банковские мобильные приложения стали фаворитами на рынке мобильных приложений. Поэтому важно, чтобы выполнялись следующие этапы создания банковского сервиса.

Сначала интернет-маркетолог компании изучает рынок, конкурентов, целевую аудиторию, имеющиеся на рынке банковские приложения и отзывы пользователей о них.

На основании полученной информации составляется портрет целевой аудитории, выясняется ее ожидания и потребности. Разрабатывается название и позиционирование будущего приложения.

И только после этого приступают к разработке дизайна и функционала приложения. В целом работа над проектом состоит из следующих этапов:

1. Идея продукта и бизнес-экспертиза
2. Оценка проекта и предложения
3. Создание прототипа
4. Дизайн продукта
5. Бэклог и договор на разработку
6. Планирование спринта
7. Ретроспектива
8. Сопровождение и достижение результата

В данной статье я бы хотела рассмотреть мобильные приложения для ведения бухгалтерского учета, которые предлагают нам банки.

Для сравнения я взяла приложения таких банков, как ВТБ и Райффайзен банк. Сначала проанализируем приложение ВТБ банка.

Банк ВТБ запустил дистанционный бухгалтерский сервис, ориентированный на клиентов малого и среднего бизнеса, который позволит компаниям отслеживать финансовые операции, управлять несколькими счетами в разных банках, а так же рассчитывать налоги. Бесплатное мобильное приложение «Цифра» уже доступно для платформ iOS и Android и освобождает предпринимателей от необходимости посещать офис.

Ключевой особенностью мобильного приложения является возможность его использования не только клиентами ВТБ, но и клиентам других банков. Новое приложение обладает инструментарием для

обеспечения полноценного документооборота ИП, включая бухгалтерский и налоговый учет «под ключ».

Запуск «Цифры» сейчас особенно актуален во время пандемии - она упрощает удаленную работу предпринимателей, позволяет позаботиться о безопасности, исключив необходимость личных контактов. Это приложение по оценкам экспертов позволит сэкономить в год до 50 тысяч рублей в сравнении с аналогичными услугами онлайн-банков. ВТБ интересно развивает небанковские сервисы, и новое приложение как раз является одним из этапов создания экосистемы для среднего и малого бизнеса.

По данным ВТБ, сервисом «Цифра» уже сейчас могут воспользоваться более 10 тыс. предприятий из числа клиентов ВТБ и других банков.

Возможности и особенности «Цифры».

В использовании приложение «Цифра» элементарное, интерфейс приложения быстрый в понимании.

Для активации сервиса, клиенту необходимо скачать приложение, запустить его и зарегистрироваться. В процессе регистрации пользовательский аккаунт позволяет привязать уже имеющиеся расчетные счета в различных банках. Также есть возможность отправки онлайн-заявки на открытие счета РКО в ВТБ.

Сервис «Цифра» производит выгрузку данных о транзакциях в автоматическом режиме. Его можно настроить на автоматизированный расчет и отправку налоговых и иных обязательных платежей, формирование деклараций и создание других документов, необходимых для ведения бизнеса.

В приложении есть большое количество функций, например функция «Налоговый учет» в составе сервиса «Цифра» обеспечивает учет и оплату налогов, помогает оформить своевременную сдачу отчетности в ФНС и фонды или функция «Мультибанк» обеспечивает возможность отслеживать финансовые операции и управлять несколькими счетами, открытыми в

разных банках. Благодаря этому совершение операций и мониторинг движения средств компании по всем счетам можно проводить в едином интерфейсе.

В списке доступных функций сервиса также имеется чат-помощник, который позволяет своевременно получить квалифицированную помощь от специалистов по любым вопросам, касающимся ведения бизнеса. Так, например, бухгалтер поможет оперативно уточнить список документов, которые необходимо сфотографировать для отправки в налоговую службу.

Я считаю, что это приложение облегчит ведение бухгалтерии, тем более в наше сложное время.

Для аналогии я проанализировала сервис Райффайзен банка.

Райффайзен банк обновил уже действующее мобильное приложение для малого бизнеса, и теперь в нем доступна бесплатная онлайн-бухгалтерия. Воспользоваться ей могут предприниматели на «УСН Доходы» со смартфонов на Android. В ближайшее время онлайн-бухгалтерия появится на iOS.

Теперь в мобильном приложении Райффайзен Бизнес, как и в интернет-банке, доступен налоговый календарь, напоминающий о предстоящих налоговых событиях, в ближайшее время появится калькулятор авансовых платежей, а затем и вся функциональность десктоп-версии онлайн-бухгалтерии.

Предприниматели на «УСН Доходы» уже сейчас получают актуальный налоговый календарь, своевременное напоминание от банка о необходимости уплатить налог, а также возможность оплатить авансовый платеж прямо в интернет-банке.

Для того чтобы начать пользоваться бухгалтерией, клиенту нужно:

- зайти на одноименную вкладку в интернет-банке для малого бизнеса RBO и проверить, правильно ли банк определил его налоговую, при необходимости скорректировать данные;

- указать количество сотрудников компании для того, чтобы банк мог правильно посчитать налоги, которые предприниматель должен уплатить;
- указать свою систему налогообложения.

Чтобы уплатить авансовый платеж на УСН Доходы, предпринимателю необходимо указать свои доходы и страховые взносы за 2019 год. Сумма налога будет рассчитана автоматически, после чего клиент сможет в два клика оплатить нужную сумму в налоговую службу.

Задумка данных банков значительно упрощает ведение бухгалтерии. Но из анализа двух мобильных приложений разных банков, свое предпочтение я отдаю сервису банка ВТБ. Для работы с огромной аудиторией нужна соответствующая команда и она есть у проекта «Цифра». Проект «Цифра» ведет команда опытных профессионалов, за плечами которых не один успешно созданный сервис для предпринимателей в сфере банкинга, IT, маркетинга и бухгалтерских услуг. Таким образом, ВТБ банк предложил более усовершенствованное приложение, которое включает в себе большое количество функций и работу на разных площадках. Райффайзен банку я бы посоветовала развивать свою команду, так же подумать об увеличении операций, которые предоставляет приложение. Разработать ряд функций, которых нет в уже существующий приложениях. Тем самым клиенты будут обращаться в данный банк за новыми возможностями.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. https://vc.ru/services/115227-vtb-zapustil-servis-cifrovoy-buhgalterii-dlya-malogo-i-srednego-biznesa-v-tom-chisle-klientov-storonnih-bankov
2. https://www.vtb.ru/o-banke/press-centr/novosti-i-press-relizy/2020/03/2020-03-26-vtb-razrabotal-servis-tsifrovoy-bukhgalterii-dlya-predprinimateley/
3. https://www.cnews.ru/news/top/2020-03-26_vtb_zapustil_besplatnuyu
4. https://www.raiffeisen.ru/business/dist/mobile/
5. https://rb.ru/longread/cifra/
6. https://bosfera.ru/bo/i-vashim-i-nashim

НОВЫЕ ТОЧКИ РОСТА И ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

Тарасова А.О.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Современный мир – мир сверхскоростного развития технологий, так называемая эра диджитализации, простыми словами: ежегодно в нашу жизнь интегрируется множество различных онлайн сервисов, которые способствуют повышению качества жизни. Безусловно, данный процесс трансформирует и экономическую сферу, вследствие данных изменений всем участникам экономических отношений приходится приспосабливаться к новым «правилам игры».

Глобальная автоматизация процессов, развитие технологий и новые платформы значительно влияют на природу компании и конечно же на один из важнейших ее процессов - ведение учета имущества, обязательств и хозяйственных операций, т.е. на ведение комплексного бухгалтерского учета. В своевременном развитии, внедрении новых технологий заинтересована каждая компания, поскольку именно они способствуют созданию и поддержанию эффективной, надежной и достоверной системы бухгалтерского учета.

Правительство Российской Федерации отмечает, что конкурентоспособность и национальная безопасность зависят от перевода экономики в «цифру», что ведет к созданию благоприятных условий для решения главной задачи: разработки новых видов бухгалтерской отчетности и госстатистики, которые будут отражать поэтапный процесс построения новой экономики, организация новых курсов для бухгалтеров по обучению новым формам отчетности (например, онлайн-курсы и вебинары). [1]

Цифровизация оказала положительный эффект на экономический рост и значительно ускорила внедрение инноваций. В частности, для задач

улучшения бизнес-процессов бухгалтерского учета многие исследователи выделяют несколько направлений трансформации:

— Расширение отражения области деятельности организации в учете;

— Повышение таких критериев информации как качество и оперативность;

— Выявление новых объектов учета;

— Разработка инновационных методов оценки новых объектов учета;

— Формирование подходов к интегрированию различных видов учета;

— Использование более совершенных информационных технологий как отечественной, так и зарубежной разработки;

— Разработка теоретических, методических и прикладных аспектов развития бухгалтерского учета. [2]

На основе мнения исследователей можно выделить современные тренды бухгалтерского учета и трансформации его бизнес-процессов: повышение автоматизации и использование искусственного интеллекта; внедрение технологии блокчейн; облачные вычисления или облачный учет; открытые технологические платформы; онлайн инструменты для совместной удаленной работы.

Рассмотрим наиболее востребованные тренды. Одним из перспективных путей трансформации бизнес-процессов бухгалтерского учета в настоящее время является технология блокчейн. Она записывает и хранит активы, обязательства, транзакции и предоставляет методы учета движения денежных средств и сверки счетов. Блокчейн способствует ускорению развития бухгалтерского учета посредством сокращения затрат на ведение и согласование бухгалтерских книг и обеспечения абсолютной уверенности в отношении прав собственности и истории активов.

Кроме того, данная технология помогает упростить процесс закупок, так как с ее помощью можно безопасно регистрировать транзакции, гарантировать прозрачность операций и повысить их эффективность. Все это

становится возможным благодаря тому, что информация распределяется на большом количестве компьютеров, что гарантирует безопасность системы и минимизацию утечки данных.

Чтобы внести какие-либо изменения в информацию необходимо записать их в следующий блок, но остальные пользователи должны подтвердить корректность данных изменений. Компании, использующие технологию блокчейн, получают возможность записывать все свои транзакции в единый регистр в результате образуется взаимосвязанная система устойчивых учетных записей.

Таким образом, данная технология имеет ряд преимуществ для компании: уменьшение возможных ошибок – интеллектуальные контакты технологии блокчейн автоматизируют множество учетных функций, что сокращает вероятность человеческой ошибки; уменьшение затрат на ведение бухгалтерского учета и проведение аудита; повышение уровня защиты данных – мошеннику для изменения информации, хранящейся в блокчейне необходимо сделать одинаковые изменения во всех копиях распределенной сети в один момент времени, вероятность данного события очень низка.

Организации, включая ведущие компании в области консалтинга, входящие в «большую четверку» - Deloitte, EY, PwC и KPMG уже делают шаги навстречу внедрению в свою деятельность блокчейна. Становится все более очевидным, что блокчейн важен для бухгалтеров организаций разных отраслей. Данная технология имеет важные последствия для учетных информационных систем, в частности в вопросах консолидации и передачи информации об операциях конечным пользователям. [3]

Тем не менее в 2019 году блокчейн был недоработан, технология пока не нашла широкого применения, были выявлены некоторые недостатки – на платформах встречались ошибки и сбои, кроме того одной из причин неразвитости технологии блокчейн является ее дороговизна. Но нельзя отрицать перспективность данной технологии, что подтверждается

доверительным отношением к ней крупных аудиторских компаний, которые делают большие вложения в изучение и внедрение блокчейна.

Далее в качестве точки роста бухгалтерского учета рассмотрим облачные технологии. Облачная бухгалтерия представляет собой целый комплекс бухгалтерских программ, который находится на удаленном виртуальном сервере и работает посредством использования сети Интернет. Рассмотрим преимущества данного инструмента:

— Доступность — сервис предоставляет свои услуги круглосуточно, в том числе в праздничные и выходные дни, в любой точке, необходимо лишь подключение к интернету;

— Безопасность — данные будут сохранны благодаря шифрованным каналам связи и своевременному обновлению программного обеспечения (ПО), кроме того вся информация хранится в надежно охраняемом центре;

— Совместный доступ — с данными могут работать одновременно несколько пользователей;

— Простота — настройка не требует каких-либо профессиональных знаний и навыков, любую консультацию возможно получить у программиста;

— Экономичность — предоставление возможности сдачи отчетности без дополнительных затрат и ПО, а также отказ от офисной компьютерной сети в связи с утратой ее полезности.

Безусловно, у облачных технологий есть некоторые недостатки: зависимость от работы сервера компании; необходимость подключения к интернету; наличие некоторого риска сохранности данных; кроме того, вид браузера также влияет на качество работы облачного учета.

Осуществляя переход на облачную бухгалтерию компания должна проводить определенную работу по обеспечению информационной безопасности и управлению рисками. Для достижения максимального эффекта данная работа должна носить двухсторонний характер: провайдер

разрабатывает и предлагает новые инструменты защиты, а пользователи облачных технологий осуществляют прогнозирование рисков и своевременно обнаруживают их, затем применяют необходимые инструменты. Вследствие данных мероприятий достигается снижение рисков до приемлемого для компании уровня.

В настоящее время, все больше операций проводится в облачном сервисе 1С:Fresh «1С:Бухгалтерия 8», появился помощник «Сверка налогов с ФНС», который позволяет своевременно выявить ошибки в платежных документах, избежать блокировки расчетного счета, начисления пеней и штрафов из-за невыясненных налоговых платежей. Многие холдинги используют компьютерную программу ERP Монолит для учета и формирования отчетности по группе предприятий. [4]

Другая точка роста бухгалтерского учета – мобильный учет. Существует ряд компаний, целью которых является обеспечить абсолютную мобильность бухгалтерского учета. Созданные мобильные приложения помогают управлять бизнесом в любой точке, компании могут согласовывать, отправлять счета, добавлять квитанции и создавать заявки на расходы с мобильных устройств.

В марте 2020 года в период ограничений в связи с пандемией COVID-19 банк ВТБ запустил бесплатное мобильное приложение Цифра. Цифра выступает в роли личного бухгалтера только в мобильном приложении, удовлетворяет все потребности ИП, связанные с расчетом, оплатой налогов и сдачей отчетности в ФНС и фонды. Также в возможности приложения входит получение информации о ранее оплаченных налогах, а также об операциях по счетам из разных банков. Цифра своевременно напомнит о необходимости платить налоги и страховые взносы, подготовит платежные поручения и все необходимые документы для сдачи отчетности, от предпринимателя требуется лишь согласовать размер налогов и подтвердить оплату SMS-кодом.

Таким образом, мобильное приложение Цифра помогает вести бизнес удаленно и оптимизировать расходы предпринимателей. Необходимо отметить, что за 7 месяцев количество скачиваний приложения составило более 56 тысяч раз. [5]

Безусловно, век цифровой экономики диктует свои условия. Чтобы им соответствовать, бухгалтерский учет должен постоянно находиться в динамике: необходимо внедрять новые технологии, искать новые точки роста и трансформации, расширять сферу применения. Базируясь на данных задачах, необходимо проводить исследования в сфере влияния информационных технологий на методологию и методику бухгалтерского учета; нужно постоянно искать пути для модернизации и совершенствования концепции бухгалтерского учета в компании; а также систематизации объектов учета в условиях цифровизации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Карпова Т.П. Направления развития бухгалтерского учёта в цифровой экономике // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета — 2018. №3 (111). С.52-57 — СПб. — Режим доступа: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35085010 (Дата обращения: 05.11.2020)

2. Круликовский А.П., Таратухина Т.С. Цифровая трансформация бухгалтерского учета // Труды XVIII Всеросс. с межд. уч. науч.-практ. конф. «Актуальные проблемы и перспективы развития экономики» — 2019. С.207-211 – Режим доступа: https://elibrary.ru/item.asp?id=41241857 (Дата обращения: 05.11.2020)

3. Баев А.А., Левина В.С., Реут А.В., Свидлер А.А., Харитонов И.А., Григорьев В.В. Блокчейн-технология в бухгалтерском учете и аудите // Науч.-практ. журн. Учет.Анализ.Аудит. — 2020. Т.7. №1. С.69-79 — М. — Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/blokcheyn-tehnologiya-v-buhgalterskom-uchete-i-audite/viewer (Дата обращения: 07.11.2020)

4. Катков Ю.Н., Романова А.А. Построение межорганизационного управленческого учета на базе облачных технологий // Сборник науч. трудов II Нац. науч.-практ. конф. Развитие агропромышленного комплекса в условиях цифровой экономики — 29-30 апреля

2020. С.65-68 — Режим доступа:http://ssaa.ru/structur/riz/Sbornik_Razv_agro_kompl_cifr_ekon_II_Nac_konf_2020.pdf #page=65 (Дата обращения: 07.11.2020)
5. Более 50 тысяч предпринимателей установили мобильную бухгалтерию ВТБ. 13.11.2020. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.vtb.ru/o-banke/press-centr/novosti-i-press-relizy/2020/11/2020-11-13-bolee-50-tysyach-predprinimateley-ustanovili-mobilnuyu-bukhgalteriyu-vtb/ (Дата обращения: 15.11.2020)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

Ткачева Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Высококачественная и своевременная информация гарантирует функционирование внутреннего контроля, а также возможность достижения им установленных целей и задач. Главным источником информации, связанным с принятием решений, является информационная система хозяйствующего субъекта. Качество хранимой и обрабатываемой информации в определенных информационных системах может оказывать значительное влияние как на управленческие решения экономического субъекта, так и на эффективность внутреннего контроля. Информационная система экономического субъекта должна обеспечивать ведение бухгалтерского учета, среди которого составление финансовой отчетности. [2]

Актуальность информационных систем бухгалтерского учета очевидна. Использование новых бухгалтерских программ предоставляет возможность усовершенствовать бухгалтерский учет в целом. Кроме того, позволяет наводить порядки в учете на складе, в реализации и поставке продукции, товаров, отслеживать договоры, быстрее рассчитывать заработную плату, своевременно предоставлять отчетность.

Ввиду невнимательности или ошибок, допущенный в бухгалтерском учете, фирма может понести убытки. Кроме того, экономические субъекты страдают из-за неосведомленности и соответственно неисполнения актуальных законов, указов, распоряжений. Ведение бухгалтерского учета вручную осложнено тем, что возможны простейшие ошибки в расчетах.

Согласно Приказу ФНС России от 16.06.2017 N ММВ-7-15/509@ «Об утверждении Требований к организации системы внутреннего контроля» контрольную среду организации, выявление и оценку организацией рисков, контрольные процедуры организации, мониторинг организацией средств контроля, а также информационную систему организации принято считать составляющими системы внутреннего контроля организации. [1]

Рассмотрим подробнее информационную систему организации как элемент внутреннего контроля организации.

Информационная система представляет собой взаимосвязанную совокупность методов и средств, используемых для хранения, обработки и выдачи информации для достижения цели управления. Информационные системы предназначены для удовлетворения конкретных информационных потребностей в рамках определенной предметной области.

По материалам Википедии «информационная система — система, предназначенная для хранения, поиска и обработки информации и соответствующие организационные ресурсы, которые обеспечивают и распространяют информацию». Из приведенных выше определений можно сказать, что информационная система подразумевает выполнение людьми определенных процедур по отношению к различным данным с помощью специализированных технических средств и программного обеспечения. Следовательно, все это является составными компонентами информационной системы предприятия. [3]

В настоящее время сложно представить работу бухгалтера без использования специальной автоматизированной программы бухгалтерского учета, являющаяся составной частью бухгалтерской информационной

системы. Задача данной программы заключается в упорядочение информационных потоков, минимизировании объемов первичной информации за счет сокращения ее дублирования, предоставлении эффективного доступа к информационным ресурсам предприятия менеджеров всех уровней для принятия основательных управленческих решений.

Задачами информационной системы бухгалтерского учета являются: учет затрат на производство; учет основных средств; учет труда и заработной платы; учет готовой продукции; учет материальных ценностей; учет финансово-расчетных операций; сводный учет и составление отчетности.

Каждый комплекс задач состоит из отдельных задач. Эти подзадачи характеризуются логически взаимосвязанными выходными документами, которые получаются на основе первичной информации. Автоматизирование исполнения управленческих функций необходимо разделять их на небольшие элементы – называемые функциональными задачами. Для их решения разрабатываются алгоритмы и создаются программы.

В течение последних десятилетий компаниями, специализирующимися на снабжении программной продукции для автоматизации бухгалтерского учета, изобретены и запущены сотни пакетов систем бухгалтерского учета. Перед руководством организации встает вопрос выбора действенной бухгалтерской информационной системы согласно специфике производственно-хозяйственной деятельности. [4]

На текущий момент времени на рынке выставлено большое количество автоматизированных программных продуктов для бухгалтерского учета. Наиболее популярными информационными системами бухучета, используемыми в практической деятельности российских предприятий, являются «1С: Бухгалтерия», «БЭСТ», «ПАРУС», «Галактика» и для малого и среднего бизнеса «БухСофг». [10]

Информационная система должна создаваться и улучшаться, учитывая следующие требования. Это необходимое условие принятия обязательных

мер для результативного управления предприятием. К организации информационного обеспечения анализа хозяйственной деятельности предъявляются определенные требования. Такими требованиями можно назвать аналитичность информации, ее независимость, единство, оперативность, осмысленность и др.

Первое требование - соответствие системы экономической информации потребностям руководителя вне зависимости от источников получения. Это означает о необходимости поступления данных именно о тех направлениях деятельности фирмы и с той точностью, которую в тот момент требует руководитель для радикального исследования явлений и процессов экономики. Кроме того, данное требование необходимо для выявления воздействия существенных факторов и установления внутрихозяйственных резервов повышения эффективности производства. Именно поэтому система, основанная на обеспечении информации, должна регулярно улучшаться.

На данный момент времени в практике организации учета, планировании и статистики на предприятии это является бесспорным моментом. Стабильно видоизменяют формы документов и их содержание, организацию документооборота. Тем самым предоставляются значительно новые формы сбора и хранения данных в электронном варианте. Все преобразования корректируются посредством не только требованиям учета или планирования. Также немаловажное значение имеет подчинение информационному обеспечению для создания принимающих решений.

Экономическая информация должна безошибочно, справедливо показывать результаты исследуемых явлений и процессов. Другими словами, итоги на основании полученных результатов исследования представленной информации, не будут правдивыми, а представленные аналитиками предложения не окажутся полезными для предприятия.

Последующее требование, которое предъявляется к организации потока информации, — это одинаковая информация из различных ресурсов. Согласно этому требованию, необходимо избегать связь между

информацией, а также повторение информационных источников. Иными словами, каждый экономический процесс, каждый хозяйственная операция должны быть зарегистрированы единожды, а конечный итог, полученный на выходе, может применяться в учете, планировании, контроле и анализе.

Результативность анализа может гарантироваться только в том случае, если имеется возможность по его результатам стремительно вовлекаться в процесс. Это означает, что информация как можно быстрее должна доходить до аналитика. Таким образом, новое требование к информации заключается в ее оперативности. Увеличение оперативности информации обеспечивается с помощью применения новейших средств связи, обработки ее на компьютере и т.д.

Обеспечение сопоставимости информации по предмету, объекту исследования, периоду времени, методологии исчисления показателей и другим признакам является одним из требований к качеству информации.

Информационной системе следует быть целесообразной. Это означает, что она должна требовать минимальных издержек, связанных со сбором, хранением и использованием данных. С одной стороны, многообразная информация необходима для полного анализа любого экономического явления или процесса. С другой стороны, излишнюю информацию довольно сложно найти и проанализировать. Из приведенного условия можно сделать вывод о необходимости изучения полезности информации и на этом основании совершенствовать информационные потоки с помощью предотвращения ненужных данных и введения требуемых.

Для благополучного развития необходима комплексная система управления, которая объединяет не только бухгалтерию, но и все аспекты менеджмента. И это не только технологическое назначение. Во-первых, это проблемы постановки регулярного менеджмента, а также проблемы выбора и порядка внедрения информационной системы.

Существует три важных способа решения проблемы, связанной с внедрением информационных систем.

Первый вариант - разработка системы собственными силами, без сторонней помощи. Этот способ используют многие организации. Для автоматизации расчетов довольно часто применяются процедуры, написанные средствами офисных программ. Наиболее популярной такой программой считается Microsoft Excel. Однако такая программа не всегда может удовлетворить потребности компании в управлении данными. Microsoft Excel не способна управлять данными со сложной структурой. В то же время не все предприятия имеют возможность приобрести пакет программ для обработки информации. Также крупные компании могут осуществить правильное стратегическое управление развитием проекта, в то время как небольшим предприятиям, развивающимися за свой счет, довольно трудно.

Второй способ - приобретение универсальной программной системы или пакета прикладных программ. Поскольку бухгалтерский учет имеет строгую методологию, то компаниям необходимо выбирать среди бухгалтерских программ. Несмотря на то, что довольно часто вносят поправки в законодательные документы, формы отчетных документов, принципы и структура данных не изменяются. Ведение бизнеса на различных предприятиях разнообразно. Иногда это связывается не только с всевозможными направлениями предприятия. Бизнес позволяет раскрыть творческий потенциал человека. По этой причине многофункциональных автоматизированных пакетов для коммерческой деятельности не так много. Данные информационные пакеты требуют настройки также как и бухгалтерские программы. На данный момент большинство из них усовершенствовались В виду этого необходимо приобретение многофункциональной системы, которая с помощью малых средств, может помочь в решении многих проблем, связанных с информационным обслуживанием бизнеса.

Третий способ - делегирование функций и полномочий, связанных с внедрением информационных технологий внешним организациям. Иными

словами, данный способ носит название аутсорсинга. Данный современный подход не так часто применяется в российских условиях. [9]

Стоит отметить, что сейчас большое количество организаций и юридических лиц отказываются от ручной обработки информации в бухгалтерском учете. Поскольку в целом они облегчают работу сотрудникам компаний.

На современном российском рынке компьютерных программ большинство ориентируются на ведение бухгалтерского учета мелких и крупномасштабных компаний.

Наиболее известными организациями, занимающимися на предприятиях заменой ручной обработки информации на автоматизированную, являются «1С», «Парус», «БЭСТ», «Галактика». Значительная потребность в программных продуктах вышеуказанных фирм обусловливается их различным применением, соответствием нормативным требованиям, а также предоставлением обновленных версий.

В России лидирующую позицию на рынке бухгалтерских программ занимает «1С: Предприятие». Данный пакет имеет отдельную совокупность программных продуктов, предназначенных для учета на предприятии.

Важнейшим преимуществом указанной программы является ее универсальность и многофункциональность. Именно это позволяет применять нескольким предприятиям в различных системах учета.

На текущий момент времени популярна версия 8.3 программного обеспечения «1С: Предприятие». Она характеризуется тем, что в данной программе все функции осуществляются с помощью сети Интернет.

Достаточной известностью пользуется информационный продукт «Парус». Главным отличием представленной компьютерной программы от ряда других продуктов считается способность обеспечивать компьютеризацию бухгалтерского учета. Особенно информационный продукт «Парус» используют государственные учреждения, особенно в машиностроительной сфере, нефтегазовой и других сферах.

Программный продукт под торговой маркой «БЭСТ» применяется в автоматизированном учете малого и среднего бизнеса, специализирующий на оптовой и розничной торговле оказании услуг.

Программное обеспечение адресовано корпорациям, холдингам и крупным производствам, торговым предприятиям для информационной

Таким образом, внедрение новых технологий в области информации обоснован, если оно является следствием фундаментального переосмысления и полного перепланирования деятельности корпорации, целью которой является резкое улучшение критических показателей по отношению к затратам - качества, обслуживания, а также скорости производственных процессов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Приказ ФНС России от 16.06.2017 N ММВ-7-15/509@ «Об утверждении Требований к организации системы внутреннего контроля»
2. ПЗ - 11/2013 «Об организации и осуществлении экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности»
3. Гришина А. А., Кемаева С. А. Инновационные программы в области бухгалтерского учета // Universum: экономика и юриспруденция. 2018. №4 (49).
4. Шарафеева Л. Р. Выбор программ автоматизации бухгалтерского учета для малых и средних предприятий // Молодой ученый. 2016. №1. С. 49-52.
5. Елисеева Е. А. Сравнительная характеристика программ бухгалтерского учета // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. — СПб.: Заневская площадь. 2014. С. 155-158.
6. Информационные системы в экономике: учебник для академического бакалавриата / В. Н. Волкова [и др.]. М.: Издательство Юрайт, 2018. 402 с.
7. Информационные системы в бухгалтерском учете [электронный ресурс] – URL://https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-sistemy-v-buhgalterskom-uchete-1/viewer
8. Информационная система как элемент системы внутреннего контроля аудируемого лица [электронный ресурс] – URL:// https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnaya-sistema-kak-element-sistemy-vnutrennego-kontrolya-audiruemogo-litsa/viewer

9. Пути совершенствования информационной системы [электронный ресурс] – URL:// https://vuzlit.ru/1047065/puti_sovershenstvovaniya_informatsionnoy_sistemy
10. Информационные системы бухгалтерского учета [электронный ресурс] – URL:// https://studme.org/117614/informatika/informatsionnye_sistemy_buhgalterskogo_ucheta

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ФУНКЦИЙ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ БУХГАЛТЕРСКОГО АУТСОРСИНГА

Токарева А.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Аутсорсинг бухгалтерских услуг – это передача ведения бухгалтерского учета организации сторонним специалистам на основании договора. Самыми востребованными услугами аутсорсинговых компаний в сфере бухгалтерского учета являются: постановка и ведение бухгалтерского и налогового учета, составление и представление отчетности, персонифицированный учет в части отчислений на социальное страхование и обеспечение, ведение дел с налоговыми инспекциями, учет кадров и заработной платы, восстановление бухгалтерского и налогового учета.

В России наиболее часто к аутсорсинговым бухгалтерским услугам прибегают торговые организации и компании нефтяной и нефтегазовой промышленности. Развитие бухгалтерского аутсорсинга в России имеет положительную тенденцию.

Выделяют три вида бухгалтерского аутсорсинга: бухгалтерское консультирование, выборочный аутсорсинг и полный аутсорсинг.

Бухгалтерское консультирование применяется для контроля деятельности штатных бухгалтеров. Данный вид аутсорсинга полезно периодически применять в качестве консультации с опытными специалистами, например в области налогового законодательства.

Передача отдельных функций бухгалтерии на аутсорсинг, таких как расчет заработной платы, подготовка статистической отчетности, подача

налоговой декларации и другие, называется выборочным аутсорсингом. Такой вид аутсорсинга применяют те компании, которые хотят «разгрузить» своих сотрудников от большого количества однотипных операций, то есть делегировать данные функции.

Полный аутсорсинг – полное бухгалтерское обслуживание организации компанией-аутсорсером. При этом организация обходится без штатных бухгалтеров, поскольку все бухгалтерские функции выполняет сторонняя организация-аутсорсер, в том числе ведение учета от лица главного бухгалтера с предоставлением права подписи в документах бухгалтерского и налогового учета.

Передача бухгалтерских функций, особенно ведение бухгалтерского учета на основе полного аутсорсинга, это серьезный шаг для любой компании, который имеет как свои достоинства, так и недостатки.

Наряду с целым рядом преимуществ, аутсорсинг несет в себе и определенные риски такие, как возникновение зависимости от аутсорсера, потеря контроля над деятельностью и собственными ресурсами, риск утечки конфиденциальной информации и появления нового конкурента, использующего опыт и знания предприятия, ущерб имиджу, проблемы с потерей квалификации штатных сотрудников, риск снижения оперативности реагирования. Также имеет место неудовлетворительное оказание услуг компанией-аутсорсером.

Заказчиков беспокоит то, что они лишены возможности контролировать работу аутсорсера, и они работают удаленно. Отсюда возникает необходимость проведения аудиторских проверок для оценки качества бухгалтерского учета при использовании услуг аутсорсинга. Стоит отметить, что клиенты требуют от провайдера услуг аутсорсинга не только гарантированного сервиса, но и более пристального внимания к специфике своей отрасли.

Привлеченные специалисты являются, прежде всего, поставщиками услуг и заинтересованы в четком определении своих обязанностей,

прописанных в договоре аутсорсинга. Некоторые специалисты не в состоянии или даже не обладают желанием детально вникнуть в проблемы «чужой» организации, что увеличивает вероятность неточности в системе контроля.

Закон Российской Федерации «О бухгалтерском учете» N 402-ФЗ разрешает вести бухгалтерский учет уполномоченному руководителем организации должностному лицу либо специализированной организации или частному лицу, заключив договор об оказании бухгалтерских услуг. При этом руководитель организации как должностное лицо, ответственное за достоверность бухгалтерской (финансовой) отчетности, должен иметь возможность осуществлять реальный контроль соблюдения требования достоверности, однако законом не предусмотрен механизм реализации контрольной функции при передаче ведения бухгалтерского учета или отдельных бухгалтерских операций стороннему исполнителю. Если контрольная функция не исполняется, то не соблюдается требование достоверности, если бухгалтерская информация не достоверная — ее нельзя использовать ни для анализа, ни для управления.

Чтобы избежать споров в процессе взаимодействия фирмы-заказчика и аутсорсера, для сокращения налоговых рисков следует основательно подготовить договор аутсорсинга бухгалтерских функций, в котором в обязательном порядке следует прописать следующие:

- в контракте должны быть указаны все значимые требования, запросы, условия, которые предусмотрены действующим законодательством для договоров данной классификации, а предмет контракта необходимо четко обозначить;

- рассмотреть ситуацию, в которой аутсорсер может воспользоваться или не воспользоваться услугами сторонней организации без разрешения компанией-заказчиком. Возможно, с целью оптимизации налоговой нагрузки, фирма-аутсорсер сочтет необходимым воспользоваться услугами сторонней организации, которая также производит ведение бухгалтерского

учета либо имеет необходимую квалификацию для решения специфических задач. Дело в том, что на практике имеют место случаи привлечения аутсорсинговыми компаниями других юридических лиц или индивидуальных предпринимателей с целью минимизации налогов, которые также осуществляют ведение бухгалтерского учета или более узко специализируются на каких-то конкретных операциях (участках).

- рассмотреть широкий диапазон обязанностей аутсорсера. Существуют случаи, когда приходит заявка аудиторской организации по проблемам восстановления учета, который ранее не осуществлялся согласно требованиям законодательства, при продаже долей участников, объявлении размера дивидендов, делении долей при разных судебных исках;

- договор должен состоять из терминов и определений, которые используются в Налоговом кодексе РФ и законодательстве по бухгалтерскому учету;

- согласовать перечень страховых случаев, требовать обязательное страхование фирмы-аутсорсера рисков по организации, обозначить ответственность каждой из сторон;

- добавить параграф о функции защиты, сотрудником фирмы-аутсорсера, на стороне фирмы-заказчика в государственных органах;

- обозначить нормы и требования организации и взаимодействии в инвентаризации;

- утвердить между сторонами график документооборота и график общения между руководством;

- создать нормы и требования хранения документов бухгалтерского учета, так как в соответствии со ст. 21 Закона № 402-ФЗ организации обязаны хранить первичные учетные документы, регистры бухгалтерского учета и бухгалтерскую отчетность в течение сроков, устанавливаемых в соответствии с правилами организации государственного архивного дела, но не менее пяти лет;

- добавить параграф о сроках передачи заархивированной копии бухгалтерской программы с операциями отчетного периода;

- добавить в договор параграф о порядке и сроках передачи документации в случае расторжения договора.

Приказом по предприятию должен быть утвержден сотрудник, который будет наделен полномочиями по контролированию взаимодействия между сторонами в процессе предоставления аутсорсинга бухгалтерских функций.

Создание эффективной информационной системы является целью современных организаций. Но возможно ли реализовать принцип непрерывного сбора и обработки данных в информационной системе, используя аутсорсинг бухгалтерских услуг? Невозможно ответить однозначно. Основным предназначением информационной системы управления предприятия является ее способность обеспечивать пользователей достоверной бухгалтерской информацией, которая определяется принципами, заложенными в основе ее построения. Соблюдение этих принципов должно контролироваться предприятием с помощью соответствующего механизма, что осложняется при ведении бухгалтерского учета посредством аутсорсинга.

В целях успешного сотрудничества аутсорсера и экономического субъекта-заказчика сторонам необходимо руководствоваться принципами добросовестности, порядочности, прозрачности деятельности и другими правилам профессионального поведения и этики.

При внедрении аутсорсинга бухгалтерских услуг обычно назначается один сотрудник, ответственный за реализацию функции на аутсорсинге, который в установленном режиме с определенной периодичностью отчитывается перед руководством. Такой отчет представляет собой:

– анализ работы аутсорсинга на основе обратной связи от сотрудников, менеджеров и контрагентов;

– оценку соответствия деятельности провайдера зафиксированным в SLA показателям эффективности;

– коллегиальное обсуждение всеми участниками процесса промежуточных итогов.

Источником проблем при реализации модели аутсорсинга может быть ненадлежащее исполнение провайдером контракта или неправильное планирование работы. Причины проблем нужно совместно выявлять, вырабатывать способы их решения и отслеживать динамику. Контроль за выполнением переданной на аутсорсинг функции необходим, и чем важнее процесс, тем более системным и тщательным он должен быть.

Бухгалтерские услуги, оказываемые аутсорсинговыми компаниями, должны соответствовать международным требованиям качества управления, отраженным в Пакете вводных и вспомогательных документов по ISO 9000 - «Руководство по «Аутсорсинговым процессам», предназначенного для обеспечения понимания цели относительно управления аутсорсинговыми процессами», в котором говорится: «В случае если организация выбирает передачу процесса на сторону, а он затрагивает соответствие требованиям продукта, организация должна гарантированно управлять таким процессом. Тип и степень управления, которые будут применены к этим аутсорсинговым процессам, должны быть определены в пределах системы менеджмента качества». У клиентов организации должна быть уверенность, что руководство аутсорсинговой фирмы осуществляет управление, соответствующее релевантным требованиям ISO 9001:2008 и любых других требований системы менеджмента качества с учетом важности аутсорсингового процесса, подверженности рискам и способности поставщика выполнить требования к процессу.

Фундаментальные этические принципы профессионального бухгалтера включают: честность, объективность, профессиональную компетентность и должную тщательность, конфиденциальность и профессиональное поведение.

Следует полагать, что реализация моральных принципов и чисто профессиональных по формированию информации является органичным

целым, обеспечивая следующие требования: достоверности, профессионализма, высокого качества услуг и доверия.

Кроме фундаментальных моральных принципов, аутсорсерам следует обеспечивать соблюдение технических и профессиональных стандартов, изданных в качестве конкретного законодательного акта или как официальный нормативный документ МФБ, СМСФО, профессиональной организации, являющейся членом или органом управления МФБ.

Цели бухгалтерского учета, внутрифирменного контроля за его качеством и контроля качества внешнего аудита тесно взаимосвязаны между собой. Бухгалтерский учет подвергается внутрифирменному контролю качества, качество работы которого, в свою очередь, оценивается внешним аудитом. Цель системы бухгалтерского учета - оценка качества полезности, предоставляемой информации, а цель внутрифирменного контроля качества учетной информации - оценка качества бухгалтерского учета применительно к достоверности предоставляемой им информации, целью контроля качества аудита является оценка качества работы внешнего аудитора.

Таким образом, у ведения бухгалтерии на аутсорсинге есть свои плюсы и минусы. Аутсорсинг значительно облегчает жизнь предпринимателя, позволяет добиться определенного снижения затрат, в том числе избавляя его от налоговых рисков. Прежде чем заключать договор на бухгалтерское обслуживание следует тщательно просчитать реальную выгоду от передачи бухгалтерских функций на аутсорсинг. Минусов можно легко избежать при правильном подходе к выбору соответствующей компании. Стоит отметить, что при выборе компании на бухгалтерское обслуживание одним из главных критериев оценки должна являться благонадежность компании-аутсорсера. Для того чтобы заслужить доверие клиентов, аутсорсинговые компании должны оказывать им услуги, соответствующие мировым стандартам, опираясь на положения своих нормативных требований, оформленных в виде соответствующих внутрифирменных стандартов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Воскресенская Н.В. Аутсорсинг учетных функций: правовые основы и перспективы развития // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 11-7. – С. 1400-1404; URL: http://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=39847 (дата обращения: 22.11.2020).
2. Кеворкова Ж. А., Докшокова С. А. Особенности построения организации внутреннего контроля в экономическом субъекте // Человек, экономика, общество: грани взаимодействия : сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 28 декабря 2019г. : Белгород : ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2019. URL: https://apni.ru/article/210-osobennosti-postroeniya-organizatsii (дата обращения: 19.11.2020).
3. Мялкина А. Ф., Трегубова В. М. Мода на аутсорсинговое бухгалтерское сопровождение: позитивные и отрицательные стороны // Социально-экономические явления и процессы. 2017. №6. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/moda-na-autsorsingovoe-buhgalterskoe-soprovozhdenie-pozitivnye-i-otritsatelnye-storony (дата обращения: 20.11.2020).
4. Никифорова, Я. Е. Роль и место аутсорсинга в организации бухгалтерского учета / Я. Е. Никифорова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 24 (158). — С. 275-277. — URL: https://moluch.ru/archive/158/44535/ (дата обращения: 19.11.2020).
5. Султангужиева А. Ж. Организация бухгалтерского учета на условиях дистанционного аутсорсинга: Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Государственный университет управления, Москва, 2015 (дата обращения: 20.11.2020).
6. Султангужиева А. Ж. Особенности ведения бухгалтерского учета на условиях дистанционного аутсорсинга // Вестник ГУУ. 2015. №10. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-vedeniya-buhgalterskogo-ucheta-na-usloviyah-distantsionnogo-autsorsinga (дата обращения: 20.11.2020).
7. Федеральный закон "О бухгалтерском учете" от 06.12.2011 N 402-ФЗ (последняя редакция) // http://www.consultant.ru (дата обращения: 17.11.2020).

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДОСУГА МОЛОДЁЖИ В ИНТЕРНЕТЕ

Шароварова Е.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В цифровой век Интернет является неотъемлемой и важной частью нашей жизни, особенно это касается молодежи — их учебы и досуга.

Каков досуг молодежи? Какими платформами они пользуются? Именно эти вопросы интересовали меня при написании научно-исследовательской статьи. Проблемы интернет досуга молодежи рассмотрены в ряде научных статей, в частности, М.Н. Юдина анализирует способы организации молодёжного досуга в Интернете [1], О.Н. Фаблинова акцентирует внимание на социальных последствиях использования информационно-коммуникационных технологий [2].

В данной статье поставлена цель – статистическими методами определить влияние Интернета на проведение молодёжного досуга. В соответствии с целью рассмотрены следующие вопросы: наличие свободного времени и его продолжительность; время нахождения в Интернете; наиболее популярные сайты и цели их использования; влияние Интернета на уровень самообразования; предпочтения в отношении он-лайн и офф-лайн досуга.

Для сбора данных проведено онлайн анкетирование на портале ННГУ им. Лобачевского и в социальных сетях. Анкета включала 10 вопросов. Данные относятся к периоду с 15 октября по 20 октября 2020 г.

В анкетировании приняло участие 611 человек: студенты бакалавриата, специалитета, магистратуры, очного и заочного обучения ННГУ им. Лобачевского; учащиеся 10-ых классов МАОУ с УИОП школы №85.

Из общего количества респондентов большую часть составили девушки 63.7% или 389 чел., на долю юношей пришлось 36.3% или 222 чел.

Средний возраст анкетируемых составил 19 лет, в том числе от 14 до 17 лет – 4% (24 чел.); от 17 до 20 – 56.6% (346 чел.); от 20 до 25 – 30.9 % (189 чел.); от 25 до 30 – 5.2% (32 чел.); другие возраста – 3.3% (20 чел.).

Основное свободное время у респондентов составляет больше 3 часов (49.1% - 300 человек). У 268 респондентов свободное время составляет меньше 3 часов (43.9%). У тех, у кого нет свободного времени всего лишь 30 респондентов (4.9%).

У большинства анкетируемых свободное время с 18.00 до 22.00 (51.2% - 313 человек), у 178 респондентов оно выпадает на позднее время суток, а именно после 22.00 (29.1%). Наименьшее число голосов приходится на утреннее время (3.8% - 23 человека) и дневное время (8.5% -52 человека) суток.

Максимальное число респондентов (396 чел. или 64.8%) пользуются Интернетом более 5 часов в день, 160 респондентов (26.2%) - менее 5 часов в день, не более 3 часов - 51 респондент (8.3%). Минимальное количество респондентов (4 чел. или 0.7%) не пользуются Интернетом. Среднее время нахождения в Интернете составляет 6.6 часов в день.

Из 611 респондентов Интернетом пользуются 607 человек (99.3%), из них 536 (87.7%) используют социальные сети постоянно, 68 (11.1%) почти не используют и 7 (1.1%) не используют вообще; и только 4 человека (0.7%) не пользуются Интернетом. Большинство респондентов выбрали такие сайты, как: Вконтакте (569 голосов или 93.1%), Youtube (461 голосов или 75.5%) и Instagram (445 голосов или 72.8%).

Наибольшее предпочтение респонденты отдают общению с друзьями (488 голосов или 79.9%), прослушиванию музыки (450 голосов или 73.6%) и просматриванию различных видео (448 голос или 73.3%).

Затрагивая вопрос самообразования во время досуга в Интернете, можно заметить приятную тенденцию. Большинство активно им занимаются (74.9% - 458 человек), 95 человек хотят им начать заниматься (15.6%) и только 9.5% (58 человек) не занимаются самообразованием.

Большинство респондентов совмещают Интернет-досуг и реальный (53.5% - 327 человек). Но оставшиеся утверждают, что им больше предпочтительней реальный досуг, чем Интернет-досуг (32.6% - 199 человек).

Анализ результатов проведенного анкетирования позволяет сделать вывод, что полученные данные полностью отвечают общероссийским и мировым трендам:

- россияне сидят в интернете 7 часов 17 минут каждый день и большинство из них - молодёжь;
- большинству интернет-пользователей трудно обойтись, в первую очередь, без просмотра новостей, прослушивания музыки, просмотра фильмов и переписок с друзьями;
- юмор и спорт, новости и здоровье - предпочтения молодых людей в Интернете [3], [4].

В заключение можно сделать следующие выводы. Молодёжь проводит в Интернете большую часть своего свободного времени и правильно распоряжается Интернет-досугом, занимаясь самообразованием, читая новости, поддерживая общение со знакомыми и близкими, слушая музыку и многое-многое другое. Многие респонденты совмещают Интернет и реальный досуг.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Юдина М.Н. Актуальные направления организации досуговой деятельности студенческой молодежи в сети Интернет. - https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-napravleniya-organizatsii-dosugovoy-deyatelnosti-studencheskoy-molodyozhi-v-seti-internet/viewer

2. Фаблинова О.Н. Возможности и последствия проведения досуга посредством использования Интернет - технологий. - https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-i-posledstviya-provedeniya-dosuga-posredstvom-ispolzovaniya-internet-tehnologiy/viewer

3. Юлия Сергеева. Вся статистика интернета на 2020 год — цифры и тренды в мире и в России. - https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy/

4. Мария Гольтяпина. Всё о российской молодёжи в интернете. Инфографика. - https://rusability.ru/infographics/vsyo-o-rossijskoj-molodyozhi-v-internete-infografika/

КОРПОРАТИВНАЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА КОМПАНИЙ

Шумилина А. А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность проблемы развития корпоративной благотворительности обусловлена вопросом о том, как социальная деятельность связана с максимизацией экономических показателей компании.

В последнее время все большее количество компаний развивается в сфере благотворительности, спонсорства и социальных инвестиций. Крупные транснациональные компании публикуют отчеты о своих действиях в данной области на всеобщее обозрение посредством сети Интернет. Государство активно сотрудничает с фирмами-благотворителями. Сами организации благодаря своим вложениям в благие дела выходят на новые уровни экономического развития. Но чем это обусловлено? И как компаниям удается достичь определённых высот?

Для начала следует рассмотреть теории ведения бизнеса, которые строятся на благотворительной деятельности. Так М. Фридмен утверждал, что главная функция бизнеса – это увеличение прибыли и если компания ведет свой бизнес в рамках действующих законов, платит налоговые взносы, обеспечивает население работой и товарами, необходимыми для жизнеобеспечения, то в этом и проявляется их социальная поддержка [9, С.32]. Общественные блага же, по мнению, М. Фридмена, это задача государства. Таким образом, в данной концепции благотворительность понимается как бессмысленное растрачивание средств.

Однако не все ученые были согласны с данным мнением. Теория «корпоративного альтруизма» является противоположностью теории М. Фридмана. Её идея заключается во вкладе бизнеса в решение социальных проблем. Разработал данную теорию Комитет по экономическому развитию России при Правительстве РФ в 2008 году. Во главе данной теории стоят труды И. Ю. Беляевой и М. А. Эскиндарова. Авторы считают, что компании не могут стоять в стороне от существующих проблем, корпорации должны вносить свой вклад в улучшение жизни того государства, на территории, которого распространена их деятельность. [7, С. 19].

Противостояние между сторонниками разных взглядов на благотворительность продолжается и на данный момент. Экономические кризисы и связанные с ними последствия показывают, что выход компании за сферу своей непосредственной деятельности, приносит не убытки, а выгоду.

Однако стоит различать понятия «благотворительность» и «спонсорство», которые иногда принимают за слова синонимы. В Федеральном законе № 38-ФЗ «О рекламе» спонсором является «лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление средств для организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности» [2]. Следовательно, спонсорство – это деятельность организации, при которой одно лицо предоставляет необходимые финансовые или материальные средства на условиях распространения рекламы о данном лице. Корпоративная благотворительность же согласно ст. 1 Федерального закона № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» - это «добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных

средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки» [1]. А корпоративная благотворительность в свою очередь – это добровольная деятельность коммерческой организации по оказанию помощи нуждающимся или по поддержке социальных проектов [8]. Таким образом, корпоративная благотворительность в отличие от спонсорства – это бескорыстная деятельность организаций, направленная на помощь окружающей среде и населению.

Компании, развивающие корпоративную благотворительность, занимаются данной деятельностью по определенным причинам [3, С.14]:

1. Участие в проектах, направленных на помощь населению, открывает дополнительные маркетинговые возможности для продукции компании.
2. Финансовое участие фирм в социально значимых проектах является способом формирования корпоративного имиджа.

Ассоциация Менеджеров России в «Докладе о социальных инвестициях» за 2008, 2014 и 2019 года приводит ряд дополнительных причин возникновения корпоративной благотворительности [4; 5; 6]:

1. Участие в решении конкретных социальных и экологических проблем
2. Получение долгосрочных конкурентных преимуществ
3. Поддержание репутации компании
4. Снижение рисков нанесения ущерба заинтересованным сторонам

Бизнес нередко способствует реализации социальной политики государства путем поддержания инвестиционных проектов по нескольким направлениям:

1. Наука, образование, охрана окружающей среды

2. Культура и искусство
3. Развитие общественно-политических инициатив
4. Охрана здоровья и благополучия населения
5. Забота о социально незащищенных группах населения

Однако часто участие компаний в благотворительной деятельности является добровольно-принудительным. Это связано с взаимосвязью бизнеса и государства. В данном случае следует говорить о договорённостях между властью и организациями. Обычно данное явление носит ситуационный характер, так как необходимость в помощи со стороны бизнеса во времена кризиса оказывает положительный эффект на социальную сферу жизни государства. Также посредством участия или создания благотворительных проектов компании могут наладить взаимоотношения с государством и заручиться его поддержкой. В редких случаях в условиях нехватки денежных средств в региональных бюджетах местные власти накладывают на бизнес дополнительный налог в виде социальных инвестиций.

Корпоративная благотворительность может осуществляться на 4 уровнях вне зависимости от того, является она добровольной или вынужденной. На первом уровне осуществляются разовые пожертвования частным лицам или организациям. В данном случае благотворительность является исключительно добровольной, главная цель оказания помощи – это искреннее желание помочь.

На втором уровне финансируется одна определенная сфера деятельности. Выбор сферы ложится на плечи руководителя компании и осуществляется для оказания помощи той или иной сфере именно в финансовом плане.

Третий уровень предполагает наличие двухсторонней коммуникации со стейкхолдерами - лицами, которые прямо или косвенно заинтересованы в деятельности компании и ценностях, поставляющих продукт. Все

пожертвования фирмы строго согласованы со стейкхолдерами. Именно на данном уровне можно говорить о долговременной стратегии благотворительных действий. Например, компания А. сотрудничает с группой стейкхолдеров. Данные лица контролируют процесс осуществления благотворительной деятельности компании А., следят за всеми операциями, которые проводят соответствующие органы управления, и выявляет степень вовлеченности фирмы в финансируемый проект. Эти действия облегчают работу управления компании по ведению благотворительной деятельности, так как всеми контролирующими и регулирующими процессами занимаются стейкхолдеры, которые потом отсылают всю отчетность руководству фирмы.

На четвертом же уровне осуществляется финансирование определенной сферы деятельности с упором на получение конкретных результатов. На данном уровне происходит экономический рост компании. Например, в период распространения коронавирусной инфекции малый и средний бизнес в России понес большие убытки. Пострадали многие сферы бизнеса, однако были и компании, которые смогли приспособиться к новым условиям и выйти «сухими их воды». Есть и категория компаний, которые работая в условиях инфекции, оказывали поддержку другим организациям, оказавшимся в затруднительном положении (частные приюты, благотворительные фонды и т.д). Именно такие фирмы вызывают доверие у потенциальных клиентов, потому что благотворительность во времена кризиса говорит о стабильности организаций. Впоследствии у данной компании увеличивается количество покупателей (клиентов), а, следовательно, растет прибыль.

Говоря о корпоративной благотворительности, нельзя не упомянуть краудфандинг. Краундфандинг – это сотрудничество людей, которые добровольно объединяют свои финансовые средства для помощи какому-то проекту или организации. Чаще всего эта деятельность осуществляется посредством сети Интернет и крауд-площадок. Данный вид

благотворительности носит высокую популярность среди зарубежных стран и постепенно развивается в России. В РФ существует два ярких примера подобных площадок, которые приобрели широкое пользование - Boomstarter и Planeta.ru. На данных площадках компании довольно часто размещают пожертвования на различные проекты через своих сотрудников.

Участие компаний в благотворительной деятельности дает компаниям определенные преимущества, способствующие экономическому росту:

1. Реклама. Благотворительная деятельность может служить неким рекламным ходом.
2. Формирование имиджа. Благотворительная деятельность способствует тому, что компания быстро приобретает необходимый имидж в глазах потенциальных клиентов и партнеров.
3. Улучшение отношений с государственными органами. Компания, оказывающая благотворительную деятельность, находится на уровень выше в глазах государства.
4. Укрепление репутации в глазах партнеров. Корпоративная благотворительность может служить показателем финансовой стабильности компании и о тех ценностях, которых придерживается руководство компании.
5. Приток квалифицированных клиентов. На почве занятия благотворительностью можно обеспечить себе приток новых квалифицированных клиентов, которые разделяют моральные ценности компании.
6. Выстраивание корпоративной культуры. Осуществление благотворительной деятельности способствует эффективно сплотить команду, так как данные действия носят эмоционально окрашенный характер.

Обобщив все вышесказанное, можно сделать вывод о том, что корпоративная благотворительность предполагает стремление решать

конкретные проблемы общества, оказывать помощь населению и получать от этого определенные преимущества, способствующие экономическому росту компании. Коммерческие предприятия, стремящиеся соответствовать международным стандартам ведения бизнеса, активно участвуют в благотворительной деятельности. А отсутствие ценностных ориентиров, в том числе в сфере корпоративной благотворительности, будет пагубно влиять на результаты предпринимательской деятельности, социальные последствия которой являются определяющими для современного развития общества. Высокий уровень благотворительности показывают публичные результаты деятельности в компании, ее эффективность в системе социальной помощи. Таким образом, можно с уверенностью сказать, что корпоративная благотворительность способствует решению социальных проблем общества, повышению деловой репутации фирм, уровня жизни населения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон от 11.08.1995 N 135-ФЗ (ред. от 05.05.2014) «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» // СПС Консультант Плюс. – электрон. текст. данн. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7495/ (дата обращения: 23.11.2020)

2. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015, с изм. от 03.07.2016) "О рекламе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015) // СПС Консультант Плюс. – электрон. текст. данн. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/ (дата обращения: 23.11.2020)

3. Горяйнова Н.М. Корпоративная благотворительность: принципы и основные направления реализации // Управление в современных системах. 2016. № 3(10). С. 13-16

4. Доклад о социальных инвестициях в России–2008 / Ю. Е. Благов и др.; под общ. ред. Ю. Е. Благова, С. Е. Литовченко, Е. А. Ивановой. М.: Ассоциация

5. Доклад о социальных инвестициях в России–2014: к созданию ценности для бизнеса и общества / Ю.Е. Благов (и др.); под общ. ред. Ю. Е. Благова, И. С. Соболева. СПб.: Авторская творческая мастерская (АТМ-Книга), 2014

6. Доклад о социальных инвестициях в России — 2019: к трансформации бизнеса в интересах устойчивого развития / Ю.Е.Благов, А.А.Петрова-Савченко; под общ. ред. Ю.Е.Благова. М.: Ассоциация Менеджеров, 2020
7. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / под общ. ред. д.э.н., проф. И.Ю. Беляевой, д.э.н., проф. М.А. Эскиндарова. – М.: КНОРУС, 2008. – 504 с.
8. Центр исследований РИА Новости. – URL: https://sn.ria.ru/20150226/1049756620.html (дата обращения: 24.11.2020)
9. Friedman M. The social responsibility of business is to increase its profits / M. Friedman // New York Times Magazine. – 1970. – September 13. – P.32-33

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ НА ПРИМЕРЕ ПРОДУКТОВОЙ СЕТИ МАГАЗИНОВ

Шуткова М.Р.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Цифровая экономика в мире стремительно развивается и становится важным элементом повышения конкурентоспособности компаний. Благодаря новым векторам развития, компании применяют цифровые технологии для решения действующих и новых задач, сбора и анализа информации создания оригинальных и инновационных решений, отслеживания потребительских предпочтений, трендов, а также динамику изменения ценностей и поведения покупателя, коммуникации с клиентами и партнерами. Постоянное внедрение и разработка новых цифровых решений позволяет предпринимателям заполучать новые сегменты рынка, а также иметь ряд конкурентных преимуществ перед другими игроками рынка. Более того, для ряда предпринимателей цифровые методы ведения бизнеса стали ключевыми и преобладающими над традиционными и устаревшими способами. Итогом перехода к цифровизации становится повышение производительности

процессов, уровня лояльности клиентов, при этом компания выходит на новый, более прогрессивный и современный уровень [1].

Для эффективной реализации внедрения цифровых продуктов, необходимо в полной мере учитывать все возможности технологического процесса, ориентироваться на новые сформировавшиеся ценности и учитывать потенциальные риски. Таким образом переход на цифровые способы ведения бизнеса может позволить компаниям увеличить инвестиционную привлекательность, создать новые продукты и новые рынки, сократить операционные затраты, усилить конкурентные преимущества, увеличить количество рабочих мест и создать новые профессии, прирасти в показателях производительности и эффективности текущих процессов, расширить географию и преодолеть ряд преград в работе, вести бизнес и искать партнеров можно в любой точке земного шара. Помимо расширения возможностей взаимодействия с партнерами, открываются новые рынки и появляется возможность привлечения новых клиентов, в том числе из других странах и сфер.

Данные преимущества предопределяют стремление компаний к цифровизации бизнес-процессов, однако большинство российских предприятий сталкиваются со многими проблемами в ходе трансформации.

Цифровизация процессов компании затрагивает не только оборудование и программное обеспечение, но и касается изменения фундаментальных подходов к управлению, корпоративной культуры, внешних и внутренних коммуникаций. Несмотря на все преимущества, цифровая экономика также может иметь ряд недостатков, которые необходимо учитывать всем участникам рынка, при внедрении новых процессов и оптимизации текущих в ходе цифровизации бизнеса. Так, например, может возникнуть риск киберугроз, которые связаны с проблемой защиты персональных данных компании, клиентов и партнеров. Возникает риск роста безработицы из-за снижения потребности в профессиях, не

переориентированных для нового цифрового и частично роботизированного и автоматизированного пространства. Возникает риск роста теневой цифровой экономики, так как платформы позволяют пользователям сохранять в тайне свое географическое положение и действовать анонимно, создавая помехи для государственных органов, отслеживающих незаконные действия в сети. Увеличение уровня разрыва между странами и недоступность многих благ для развивающихся стран. В любом случае, цифровизация процессов это доступ к огромному количеству данных и риск использования их злоумышленниками в корыстных целях [2].

Актуальность статьи обусловлена значительными технологическими изменениями последнего времени, необходимостью оперативного изменения стратегий и вектора направления компаний в условиях пандемии и повышенными рисками приостановки деятельности ряда представителей бизнеса в случае несвоевременной реакции и отсутствия подходящих инструментов под сложившуюся обстановку в 2020 году. Так, трансформация и переход к цифровизации дает возможность не только спасти бизнес, но и гораздо быстрее и качественнее развить ряд процессов, приостановив трату ресурсов на нерелевантные инициативы и трансформации.

Основным вызовом для построения, модернизации и цифровизации внутренних и внешних процессов компаний в нынешних условиях стала пандемия. Далее мы рассмотрим внедрение онлайн торговли на примере продуктовой розничной сети «ВкусВилл».

История сети супермаркетов началась в 2009 году с открытия в московском районе Строгино первого магазина «Избёнка». На первоначальном этапе в состав ассортимента входили только молочные продукты. В 2012 году компания значительно расширила реализуемые в магазинах категории товаров и начала развивать новый бренд – «ВкусВилл». Постепенно новая сеть заменила торговую марку и магазины «Избёнка». 95%

продукции «Вкусвилл» продает под собственной торговой маркой, но не является производителем реализуемых товаров. В конце 2018-го количество магазинов «Вкусвилл» насчитывало 712, в конце 2019-го их было уже около 1200 [3]. Из истории развития и позиционирования компании понятно, что основной движущей силой стали не прибыль и маржинальность бизнеса, а уважение к сотрудникам, забота о потребителях, жизненный опыт и интуиция основателей компании, неравнодушие сотрудников и отзывчивость покупателей.

Компания «ВкусВилл» одна из первых на рынке продуктового ритейла внедрила систему управления взаимоотношениями с клиентами. Любой покупатель, который приобрел продукт в магазине может оставить отзыв и оценку на продукт. Сотрудники подразделения, ответственные по вопросу обращения, рассматривают жалобу и улучшают качество продукта или сервиса, давая обратную связь покупателям, написанную не по шаблонам, а в виде простого человеческого ответа, что уже говорит о клиентоориентированности и наличии современных ценностей в подходах компании в ведении бизнеса [4].

Рассмотрим более подробно динамику изменения стратегии компании «ВкусВилл» с приходом пандемии и развитие онлайн канала продаж. Весной этого года сеть магазин продуктов для здорового питания «ВкусВилл» за несколько недель развил собственную экспресс-доставку. До этого ритейл реализовал свою продукцию онлайн на сторонних маркетплейсах («Ozon», «Wildberries» и др.), однако выручка от онлайн продаж по данным за апрель этого года не превышала 1%. Кроме того, данные торговые площадки больше ориентированы на реализацию продукции длительного срока хранения, а значит, представленность ассортимента Вкусвилл на них незначительна ввиду концепции бренда. Основная масса продукции, представленная на полках ритейла – товары с коротким сроком хранения.

На старте запуска собственной доставки, которую покупатели могут оформить через мобильное приложение и сайт «ВкусВилл», выручка от онлайн торговли покрывала уже порядка 10% от общей выручки магазинов сети, а в количественном выражении заказы выросли в 20 раз, в сравнении с периодом до пандемии, которые составляли менее 1% от общих продаж. В начале весны компания доставляла до 15 тысяч заказов в день, поставив перед собой цель развить доставку до 100 тысяч заказов в день [5].

После запуска доставки во всех городах присутствия бренда, была начата работа по оптимизации процессов с целью улучшения качества сервиса, минимизации расходов, увеличения потока покупателей в онлайн и объёма продаж. Постепенно ритейл подключил дополнительные службы доставки в помощь своим курьерам – «Delivery Club», «Яндекс.Еда», «Сбермаркет» и другие службы доставки.

Изначально поступивший через мобильное приложение или сайт заказ от покупателя распределялся на ближайший к покупателю магазин, но с середины лета «ВкусВилл» изменил алгоритм формирования заказа на доставку на новый более оптимизированный и подходящих под корзину покупателя. Сейчас доставка на один и тот же адрес может осуществляться из нескольких магазинов сети, от 2 до 5 разных торговых точек, в зависимости от того, что покупатель заказал. Автоматизированные системы подбирают из нескольких ближайших магазинов один с наиболее подходящим ассортиментом и исходя из более полного остатка в магазине перечня позиций, размещенных в заказе.

В результате перехода на новый алгоритм и обновления цифровых продуктов компании, касающихся доставки, наблюдался рост количества заказов до 2,6 млн за последние 3 месяца. То есть, компания за счет модернизации и оптимизации процессов, а также подключения дополнительных служб доставки приросла вдвое в ежедневном количестве заказов с 15 тыс. до 30 тыс. Также наблюдается значительный темп роста

выручки, так как по итогам июля, августа, сентября достигла 3,5 млрд, что равняется показателям первой половины 2020 г. без учета заказов, доставленных партнерами ритейлера. Суммарная выручка онлайн-продаж «ВкусВилл» с показателями служб доставки «Яндекс. Еда» и Delivery Club, выручка «ВкусВилл» в онлайне доходит до 3.8 млрд рублей [6].

На сегодняшний день компания достигла уровня в 60 000 заказов в день и общую долю выручки от онлайн продаж – более 15%. В данный момент компания тестирует другие возможности развития онлайн-канала продаж. В середине ноября компания открыла полноценный даркстор на базе собственного распределительного центра. Даркстор переводится как «темный магазин» - тот, где нет покупателей и собирают онлайн заказы. Планируется, что такой формат доставки поможет разгрузить магазины, улучшить сервис и ускорить процесс сборки заказов [7].

Несмотря на эффективное, качественное и ускоренное развитие подобных процессов, достигнуть определенных планируемых показателей недостаточно. Важно постоянно модернизировать, оптимизировать и корректировать механики ведения бизнес-процессов. На рынке большая представленность подобных сервисов и продолжает расти конкуренция в данной сфере. В связи с этим, необходимо постоянно развивать сервисы, соответствовать и предугадывать грядущие тенденции рынка. В противном случае, рост может замедлиться, а компании, обладающие большим количеством конкурентных преимуществ занять больший сегмент рынка, что приведет к снижению эффективности и конкурентоспособности.

Как показывает теория и практика, рынок эволюционирует и несмотря на достигнутые успехи и показатели, требуются регулярные изменения в традиционных схемах ведения бизнеса, а также поддержание и совершенствование уже внедренных цифровых процессов. Как мы видим на примере развития сети магазинов «ВкусВилл», цифровизация становится не только элементом дополнительного поддержания ценностей, но и переводит

компанию на новый уровень, позволяющий привлечь дополнительный источник дохода, заинтересовать новый сегмент покупателей, стать более инновационной компанией, расширить долю рынка и выйти на новые сегменты.

Переход в цифровую среду дает возможность преодолеть множество ограничений, которые свойственны традиционной схеме ведения бизнеса, а также стимулировать инновационное развитие компаний.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гарифуллин Б.М., Зябриков В.В. Цифровая трансформация бизнеса: модели и алгоритмы // Креативная экономика. 2018. Т.12. № 9. С. 1345-1358. URL:https://www.researchgate.net/publication/328423718_Cifrovaa_transformacia_biznesa_modeli_i_algoritmy (дата обращения: 17.11.2020)
2. Олейникова Ю.А. Вызовы и модели развития бизнеса в условиях прогрессии цифровой экономики // Вопросы инновационной экономики. 2019. Т.9. №4. С.1415-1426. URL: https://www.researchgate.net/publication/338235093_Vyzovy_i_modeli_razvitia_biznesa_v_usloviah_progressii_cifrovoj_ekonomiki (дата обращения: 15.11.2020)
3. ТОП-50 самых быстрорастущих компаний России // РБК URL: https://pro.rbc.ru/news/5facefeb9a7947e876f5d8e0 (дата обращения: 15.11.2020)
4. Щепин, Е. ВкусВилл: как совершить революцию в ритейле, делая всё не так / М.: Альпина Паблишер, 2019. 272 с. URL: https://znanium.com/catalog/product/1077899 (дата обращения: 26.11.2020).
5. Главное из интервью с основателем «Вкусвилла» // vc.ru URL: https://vc.ru/trade/124064-my-ne-riteyl-my-fud-brend-i-konkuriruem-s-prostokvashino-i-danone-glavnoe-iz-intervyu-s-osnovatelem-vkusvilla (дата обращения: 20.11.2020)
6. Онлайн-продажи «ВкусВилла» в III квартале // retail.ru URL: https://www.retail.ru/news/onlayn-prodazhi-vkusvilla-v-iii-kvartale-prevysili-pokazateli-pervoy-poloviny-20-22-oktyabrya-2020-198848/ (дата обращения: 19.11.2020)
7. Первые дарксторы ВкусВилл // https://vkusvill.ru/ URL: https://vkusvill.ru/news/polnaya-korzina-pervye-darkstory-vkusvill.html (дата обращения: 19.11.2020)

Секция 2. КОРПОРАТИВНЫЕ И ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ФИНАНСЫ: СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД НА ИЗУЧЕНИЕ АКТУАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ

АНАЛИЗ БЮДЖЕТНОГО ДЕФИЦИТА СУБЪЕКТА РФ И МЕТОДОВ ЕГО ФИНАНСИРОВАНИЯ

Артемьева Ю.А.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Одной из самых актуальных и изучаемых проблем в настоящее время является проблема бюджетного дефицита. В условиях ограничительных мер, затронувших экономику, большинство регионов Российской Федерации (РФ), не смогут обеспечить сбалансированность бюджетов.

Федеративное устройство РФ накладывает на органы власти и управления субъектов РФ ответственность за создание условий социально-экономической стабильности и устойчивости региона, так как предполагает финансовую самостоятельность субъектов РФ в области формирования и реализации бюджетной политики [1]. В данной статье рассматривается консолидированный бюджет, представляющий собой свод бюджетов бюджетной системы РФ на территории субъекта РФ (за исключением бюджетов государственных внебюджетных фондов) без учета межбюджетных трансфертов между этими бюджетами [2]. Для бюджета любого уровня одной из наиболее важных характеристик является сбалансированность. Под ней подразумевается покрытие доходами всех расходов, которые запланированы на определённый промежуток времени. Но её бывает достаточно трудно добиться в силу многих внешних и внутренних факторов. Существует три возможных состояния бюджетов любых уровней - это профицитный, дефицитный и сбалансированный. Дефицит бюджета - превышение расходов бюджета над его доходами [2]. Данная статья

посвящена исследованию дефицита бюджета как неблагоприятному его состоянию. Обстоятельства, связанные с нецелесообразными расходами, а также с нехваткой доходной базы, могут стать факторами возникновения и роста дефицита бюджета. Возможные причины возникновения бюджетного дефицита:

- сокращение доходов в связи с кризисными явлениями в экономике;
- чрезвычайные обстоятельства (крупные стихийные бедствия, войны, социальные потрясения);
- милитаризация экономики в мирное время;
- неспособность правительства держать под контролем финансовую ситуацию в стране;
- по сравнению с темпами роста ВВП чрезмерное увеличение роста социальных расходов;
- рост расходов в связи с осуществлением структурной перестройки экономики и крупными финансовыми вложениями в промышленность [3].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в зависимости от действий самих органов власти или от действий, от них не зависящих, бюджетный дефицит может возникнуть у бюджета любого уровня и любой страны.

На основании данных Федерального казначейства Российской Федерации проанализируем динамику доходов и расходов консолидированного бюджета субъекта РФ на примере Нижегородской области за последние 3 года с 2017 по 2019 годы (рис.).

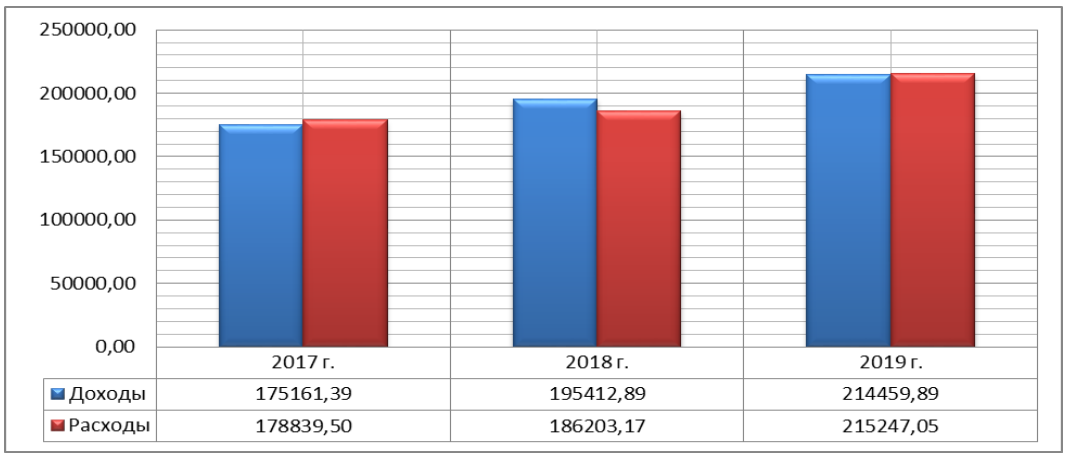


Рисунок. Динамика доходов и расходов бюджета Нижегородской области (млн руб.) [4]

По данным рисунка можно сделать вывод о том, что доходы и расходы бюджета Нижегородской области за последние три года увеличивались, доходы в среднем на 10.65%, а расходы - на 9.86%. Однако, в 2017 и в 2019 гг. расходы незначительно, но превышали доходы.

Информация о дефиците бюджета Нижегородской области представлена в таблице 1.

Таблица 1.

Динамика дефицита бюджета Нижегородской области, млн. руб. [4]

Показатели	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Дефицит/профицит, руб.	-3678.109	9209.719	-787.156
в руб. к предыдущему году	211.485	12887.827	-9996.875
в % к предыдущему году	94.6%	-250.4%	-8.5%
в % к расходам	2.06%	4.95%	0.37%
в % к ВРП Нижегородской области	0.29%	0.67%	0.054%

На основании рисунка и таблицы 1 можно сделать вывод о том, что в 2017 и 2019 гг. в Нижегородской области наблюдался дефицит бюджета, а в 2018г.- профицит. За период 2017-2019гг. размер дефицита и к расходам, и к ВРП не превышает 5%, это означает, что несмотря на его наличие, ситуация в Нижегородской области не критична, по сравнению с другими регионами, где уровень дефицита превышает 10% ВРП [4-5].

Дефицит, не зависимо от его размера, нужно покрывать, то есть финансировать.

Для бюджета РФ каждого уровня существуют внутренние и внешние источники финансирования дефицита (табл. 2). К внутренним источникам финансирования дефицита бюджета субъекта РФ относятся:

- средства от размещения государственных ценных бумаг субъекта Российской Федерации, номинальная стоимость которых указана в валюте Российской Федерации;
- средства от бюджетных кредитов, предоставленных бюджету субъекта Российской Федерации другими бюджетами бюджетной системы Российской Федерации;
- средства от кредитов кредитных организаций в валюте Российской Федерации;
- иные источники внутреннего финансирования дефицита бюджета [2].

К внешним источникам финансирования дефицита бюджета субъекта РФ относятся:

- средства от размещения государственных ценных бумаг субъекта Российской Федерации, номинальная стоимость которых указана в иностранной валюте;
- средства от кредитов международных финансовых организаций в иностранной валюте;
- средства от бюджетных кредитов в иностранной валюте, предоставленные Российской Федерацией в рамках использования целевых иностранных кредитов;
- иные источники внешнего финансирования дефицита бюджета [2].

Таблица 2.

Источники финансирования дефицита бюджета Нижегородской области (млн. руб.) [4]

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Источники финансирования дефицита, в том числе:	3678.11	-9209.72	787.16
Государственные (муниципальные) ценные бумаги, номинальная стоимость которых указана в валюте Российской Федерации	11699.99	4400	2600
привлечение	17000	10000	10000
погашение	-53000.10	-5600	-7400
Доля государственных (муниципальные) ценных бумаг, номинальная стоимость которых указана в валюте РФ	318.10%	-47.78%	330.30%
Бюджетные кредиты от других бюджетов бюджетной системы Российской Федерации	1534.78	-1002.06	-1002.06
получение	67182.89	33094.86	10731.98
погашение	-65648.12	-34096.92	-11734.04
Доля бюджетных кредитов от других бюджетов бюджетной системы РФ	41.73%	10.88%	-127.30%
Кредиты кредитных организаций в валюте Российской Федерации	-13976.06	-3530.63	-1444.81
получение	118666.69	38523.36	27697.95
погашение	-132642.75	-42053.99	-29142.76
Доля кредитов кредитных организаций в валюте РФ	-379.98%	38.34%	-183.55%
Иные	4419.40	-9077.03	634.03
Доля иных источников финансирования	120.15%	98,56%	80.55%

Для покрытия дефицита бюджета субъект может получать суммы от разных источников. Исходя из таблицы 2, видно, что основным источником финансирования дефицита бюджета Нижегородской области являются государственные (муниципальные) ценные бумаги, номинальная стоимость которых указана в валюте Российской Федерации, затем идут иные источники финансирования, и наименьшую долю приносят кредиты от других бюджетов бюджетной системы Российской Федерации, а кредиты кредитных организаций в валюте РФ являются неэффективными источниками финансирования, так как в основном наоборот создают дополнительные расходы.

Таким образом, можно отметить, что в Нижегородской области за 3 года наблюдался и дефицит, и профицит бюджета. Но уровень дефицита незначителен, однако требует проработки вариантов его финансирования.

Немаловажным фактором в решении проблем дефицита бюджета являются действия властей по его сокращению. Именно органы государственной власти выбирают оптимальные инструменты для этих функций, а значит регулируют и сам бюджет. В зависимости от государственной стратегии, а также экономистов, которые проводят экономическую политику государства, зависит уровень дефицита бюджета, как и на федеральном уровне, так и на региональном и местном.

С учётом текущей ситуации бюджет Нижегородской области был уточнён. Таким образом, за 9 месяцев 2020 г. областной бюджет по доходам исполнен на 140240.7 млн. руб., при утвержденных бюджетных назначениях на 2020 год- 203883.3 млн. руб., то есть процент исполнения бюджета по доходам составляет 68.8%. Утверждённый план исполнения бюджета на 2020 г. по расходам составляет 226765.5 млн. руб., за 9 месяцев исполнено 141418.5 млн. руб., процент исполнения по расходам составляет 62.4% [6]. Исходя из этого, можно сказать, что в Нижегородской области наблюдается дефицит бюджета и по плановым показателям, и по исполнению бюджета за 9 месяцев, значит на конец 2020 г. вероятно будет наблюдаться дефицитный бюджет, поэтому органы государственной власти будут его покрывать с помощью внутренних и внешних источников финансирования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Качанова Е.А., Маточкин Р.В., Чевтаева Н.Г. Об оценке эффективности организации бюджетного процесса на территории субъекта РФ в условиях ограниченных финансовых ресурсов // Вопросы управления. – 2016. – № 6 (43). – С. 144-153.
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 04.11.2019, с изм. от 12.11.2019) // «Российская газета», - N 153-154, 12.08.1998.
3. Василевский А.В. Дефицит бюджета как угроза экономической безопасности России // Вопросы экономики и экономического образования. Сборник научных трудов. Под редакцией С.Е. Урванцевой. Москва, - 2017. - С. 59-61.

4. Официальный сайт Казначейства России/ Консолидированный бюджет Российской Федерации и бюджетов государственных внебюджетных фондов - URL: http://казначейство.рф/ispolnenie-byudzhetov/konsolidirovannyj-byudzhet/ (дата обращения: 25.11.2020).
5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики/ Национальные счета/ Валовый региональный продукт - URL: https://rosstat.gov.ru/accounts (дата обращения: 25.11.2020).
6. Министерство финансов Нижегородской области/ Бюджет/ Исполнение бюджета и бюджетная отчётность - URL: http://mf.nnov.ru/index.php?option=com_k2&view=item&id=1514:otchety-ob-ispolnenii-oblastnogo-byudzheta-za-kvartal-polugodie-9-mesyatsev-i-god&Itemid=554 (дата обращения: 25.11.2020).

ЛИКВИДНОСТЬ АВИАКОМПАНИЙ ПАО «АЭРОФЛОТ» И «AMERICAN AIRLINES GROUP» КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ИХ ГОТОВНОСТИ К ВЫЗОВАМ В ЭКОНОМИКЕ

Зяблых Е.Ю.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Спрос на авиаперелеты резко сократился из-за распространения коронавируса и ограничений на рейсы во многих странах. Это создает большие проблемы не только авиаперевозчикам, но также производителям самолетов и их поставщикам. Общемировое количество выполненных рейсов в мире по итогам августа 2020 года сократилось на 52% до 1,52 млн полетов, а мировое авиасообщение восстановится до докризисного уровня только в 2024 году согласно прогнозу Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA). Суммарные потери авиакомпаний в 2020 году на фоне пандемии коронавируса составят $84,3 млрд, считают в IATA. На данный момент рынок общемировых перевозок восстанавливается, но в основном за счет выполнения внутренних рейсов.

Воздушный транспорт является неотъемлемой составной частью мировой экономики. В условиях прогрессирующего международного разделения труда и роста международных экономических и культурных

связей его значение для мирового хозяйства становится все более существенным. Он относится к числу наиболее динамичных отраслей мирового хозяйства. Воздушный транспорт функционирует в условиях ожесточенной конкуренции, как между авиатранспортными предприятиями, так и между авиакомпаниями, с одной стороны, и транспортными фирмами различных видов транспорта-с другой [1]. Таким образом, помимо постоянных объективно существующих угроз, в текущем году отрасль авиаперевозок подвержена влиянию последствий мировой пандемии. Поэтому в статье проанализированы финансовые отчетности двух крупнейших авиакомпаний разных стран, а именно России и Америки, с целью определения запаса ликвидности.

В последние годы для авиатранспорта России характерен рост объемов перевозок, рынок авиаперевозок России становится более привлекательным. Однако, чем активнее растет спрос на услуги воздушного транспорта, тем стремительнее отрасль воздушных перевозок приближается к той критической черте, за которой дальнейшее ее развитие станет невозможным без качественных изменений практически во всех сферах деятельности. За последние годы воздушный транспорт превратился в крупнейшую отрасль мирового хозяйства [2]. Ведущими авиакомпаниями России являются ОАО «Авиакомпания Сибирь», ОАО «Аэрофлот», авиакомпания «ЮТэйр», «Дальавиа», «Трансаэро», «Уральские авиалинии», «Красноярские авиалинии». Причем лидером по объемам авиаперевозок бесспорно является ОАО «Аэрофлот» [3]. В связи с этим и анализ лидирующей компании в этой отрасли на российском рынке ОАО «Аэрофлот - российские авиалинии» является актуальным.

Авиакомпании Америки являются наиболее развитыми и масштабными. По версии «Forbes Global 2000» 2014 года «American Airlines Group» заняла первое место в рейтинге крупнейших авиационных публичных компаний.

Не зря данные авиакомпании занимают лидирующие позиции в списке авиакомпаний по размеру флота, а именно данная американская компания занимает 1 место, а вот российская лишь 10 место. Также компании, задействованные в исследовании, встречаются вместе в рейтинге по количеству пунктов назначения, где «American AirLines» занимает 10 место, а ПАО «Аэрофлот» немного отстает и занимает 14 место. Зато по рейтингу «Авианитей» ПАО «Аэрофлот» получил 4 звезды, а вот американская авиакомпания лишь 3 звезды.

Ликвидность - это один из основных показателей, характеризующих платежеспособность предприятий, и применяемых для анализа финансового состояния в российской и мировой практике. В практике финансового анализа существует три основных показателя ликвидности: текущая ликвидность, быстрая ликвидность, абсолютная ликвидность [4].

Проведем сравнительный анализ для предприятий ПАО «Аэрофлот» и «American AirLines Group» [5].

Коэффициент текущей ликвидности - это отношение текущих активов к краткосрочным обязательствам. Он позволяет определить, достаточно ли у фирмы оборотных средств для своевременного покрытия текущих обязательств [6]. Нормальное значение: 1.5 и более. Согласно таблице 1 показатель текущей ликвидности у российской компании ближе к норме, а вот у американской компании он намного ниже нормы, т.е. предприятие не в состоянии стабильно оплачивать текущие счета. Если рассмотреть ПАО «Аэрофлот», то его коэффициент текущей ликвидности вырос в 2019 году по сравнению с 2018 годом. Коэффициент текущей ликвидности у «American Airlines Group» в период с 2017 по 2019 гг. постоянно уменьшается. Сравнение показателя двух авиакомпаний за период 2017 - 2019гг. позволяет отметить, что по ПАО «Аэрофлот» ситуация лучше, чем для «American Airlines Group».

Таблица 1.

Динамика показателя текущей ликвидности за период 2017-2019 гг.

Показатель	31.12.2017	31.12.2018	Темп прироста	31.12.2019	Темп прироста
ПАО «Аэрофлот» (ед. изм. -тыс. руб.)					
Краткосрочные активы (КА)	134616278	105434016	-0.22	124624352	0.18
Краткосрочные обязательства (КО)	94730272	103511944	0.09	119796370	0.16
Коэффициент текущей ликвидности	1.42	1.02	-0.28	1.04	0.02
«American AirLines Group» (ед. изм. - млн. USD)					
Краткосрочные активы (КА)	9146	8637	-0.05	8206	-0.05
Краткосрочные обязательства (КО)	15358	18096	0.18	18311	0.01
Коэффициент текущей ликвидности	0.60	0.48	-0.20	0.45	-0.06

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, какая доля краткосрочных долговых обязательств может быть покрыта за счет денежных средств и их эквивалентов в виде рыночных ценных бумаг и депозитов, т.е. практически абсолютно ликвидных активов. Рекомендуемое значение: 0.2-0.5. По таблице 2 можно сделать вывод, что данный показатель у российской авиакомпании в 2018 и 2019 гг. ниже нормы, что показывает относительно слабую способность немедленного погашения обязательств. А вот у американской авиакомпании коэффициент абсолютной ликвидности в норме. Негативным моментом для обеих компаний является динамика снижения этого показателя. Если сравнивать коэффициент абсолютной ликвидности между двумя компаниями, то с 2018 г. значения данного показателя американской компании превышают показатели российской.

Таблица 2.

Динамика показателя абсолютной ликвидности за период 2017-2019 гг.

Показатель	31.12.2017	31.12.2018	Темп прироста	31.12.2019	Темп прироста
ПАО «Аэрофлот» (ед. изм. - тыс. руб.)					
Краткосрочные финансовые вложения (ФВ) + Денежные средства (ДС)	34094269	12371604	-0.64	7481583	-0.40
Краткосрочные обязательства (КО)	94730272	103511944	0.0927	119796370	0.1573
Коэффициент абсолютной ликвидности	0.36	0.12	-0.67	0.06	-0.48
«American AirLines Group» (ед. изм. - млн.USD)					
Краткосрочные финансовые вложения (ФВ) + Денежные средства (ДС)	5066	4760	-0.06	3826	-0.20
Краткосрочные обязательства (КО)	15358	18096	0.18	18311	0.01
Коэффициент абсолютной ликвидности	0.3299	0.26	-0.21	0.21	-0.21

Коэффициент срочной ликвидности показывает возможность предприятия своевременно погашать все имеющиеся на данный момент обязательства при условии отсутствия просроченной дебиторской задолженности. Норма являются значения от 0.5-1. Из таблицы 3 видно, что данный коэффициент по российской авиакомпании во все года превышает американские значения. Помимо этого, коэффициент срочной ликвидности у компании «American Airlines Group» ниже нормы, и с каждым годом становится всё ниже.

Таблица 3.

Динамика показателя срочной ликвидности за период 2017-2019 гг.

Показатель	31.12.2017	31.12.2018	Темп прироста	31.12.2019	Темп прироста
ПАО «Аэрофлот» (ед. изм. - тыс. руб.)					
Краткосрочные финансовые вложения (ФВ)+Денежные средства (ДС)+Дебиторская задолженность(ДЗ)	126263642	94521940	-0.25	112117091	0.19
Краткосрочные обязательства (КО)	94730272	103511944	0.09	119796370	0.16
Коэффициент быстрой ликвидности	1.33	0.91	-0.32	0.94	0.03
«American AirLines Group» (ед. изм. - млн. USD)					
Краткосрочные финансовые вложения (ФВ)+Денежные средства (ДС)+Дебиторская задолженность(ДЗ)	818	6466	-0.05	5576	-0.14
Краткосрочные обязательства (КО)	15358	18096	0.18	18311	0.01
Коэффициент быстрой ликвидности	0.44	0.36	-0.20	0.31	-0.15

Таким образом, по результатам анализа коэффициентов, представленных в таблицах 1-3, можно сделать вывод, что платежеспособность российского предприятия в среднесрочном периоде выше, чем у американской авиакомпании.

Общая ликвидность баланса отражает степень погашения активами предприятия всех своих обязательств. Рассчитывается, как отношение взвешенной суммы активов и пассивов. Чем больше значение коэффициента, тем лучше платежеспособность предприятия. Этот показатель учитывает, что не все активы можно продать в срочном порядке. Для положительной оценки

ликвидности баланса значение должно превышать единицу, следовательно, можно утверждать, что любое кризисное явление может поставить обе авиакомпании на грань банкротства. По таблице 4 можно отметить, что показатель общей ликвидности у российской компании выше, чем у американской.

Таблица 4.

Динамика показателя общей ликвидности за период 2017-2019 гг.

Показатель	31.12.2017	31.12.2018	Темп прироста	31.12.2019	Темп прироста
ПАО «Аэрофлот» (ед. изм. - тыс. руб.)					
А1 + А2/2 + А3/3	82963168	57084131	-0.31	63968424	0.12
П1 + П2/2 + П3/3	92122174	101200850	0.10	110386279	0.09
Общая ликвидность	0.90	0.56	-0.37	0.58	0.03
«American AirLines Group» (ед. изм. - млн. USD)					
А1 + А2/2 + А3/3	14357	8921	-0.38	12858	0.44
П1 + П2/2 + П3/3	25675	18147	-0.29	28831	0.59
Общая ликвидность	0.56	0.49	-0.12	0.45	-0.09

Рассмотрев различные типы показателя ликвидности, можно сделать вывод, что российская авиакомпания ПАО «Аэрофлот» по показателям ликвидности более платежеспособна, чем «American AirLines Group».

Поэтому ситуация, возникшая в экономике из-за коронавируса, слабее отразится на финансовом состоянии российской авиакомпании, нежели американской (хотя бы в вопросе среднесрочной ликвидности).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Андреев А.В., Найшев М.В. Методика разработки измеряемых показателей эффективности достижения стратегических целей авиакомпании. // Журнал «Научный вестник Московского государственного технического университета гражданской авиации». - 2005. - №88. – С. 78-82.

2. Хрысева А.А., Чекалова А.А. Международный авиационный альянс как инструмент повышения конкурентоспособности авиакомпании (на примере авиакомпании «Аэрофлот»). // Общество с ограниченной ответственностью "Европейский фонд инновационного развития". - Уфа, 2015. - С. 73-76.

3. Официальный сайт ПАО «Аэрофлот». – URL: https://www.aeroflot.ru/ru-ru (дата обращения 20.10.2020).

4. Чемоданова Ю.В., Федоткин А.М., Никитина Ю.С. Сравнительный анализ основных финансовых показателей деятельности мировых авиакомпаний// Инновационная экономика и современная наука. Материалы международной научно-практической конференции. - Саратов: Общество с ограниченной ответственностью "Центр профессионального менеджмента "Академия Бизнеса", 2018. - С. 234-237.

5. Годовая отчётность ПАО «Аэрофлот» за 2017-2019 гг. – URL: https://ir.aeroflot.ru/reporting/annual-reports/ (дата обращения 23.10.2020).

6. Прибытков В.В. Новые международные подходы к определению показателя текущей ликвидности как инструменту оценки риска ликвидности. // Журнал «Вестник финансового университета». - 2013. - №5(77). - С. 39-43.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Ивашечкина Е.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Финансовая деятельность коммерческого предприятия направлена на то, чтобы нарастить собственный капитал, а также эффективно использовать денежные средства. Денежным средствам в этом процессе отводится большое, можно сказать, решающее значение. Во время основания организации и в первые несколько лет ее работы на первом месте находится инвестиционная сторона управления финансовыми средствами, а в последствии большую роль играет решение вопросов совершенствования финансового обеспечения текущей деятельности. Речь идет в первую очередь об анализе и прогнозировании финансового потока, грамотном управлении финансовой системой организации и т.д. [1].

В настоящее время в нашей стране наблюдаются инфляционные процессе, а также кризис невыплат, в связи с чем, вопрос управления финансовыми потоками организации стоит наиболее остро. На сегодняшний день существует необходимость формирования особой структуры управления финансовыми потоками, позволяющей получать достоверные ответы на ряд вопросов, приведенных ниже.

1) Что обуславливает разницу между размером поступающей прибыли и размером финансовых ресурсов?

2) Хватает ли организации собственных средств для того, чтобы реализовывать инвестиционную деятельность?

3) Хватает ли поступающей прибыли для того, чтобы удовлетворять текущую потребность организации в финансах?

4) Может ли организация выплачивать свои текущие обязательства?

5) Может ли организация, осуществляя текущую деятельность, функционировать таким образом, чтобы поступления финансовых ресурсов превышали платежи и может ли быть такое превышение стабильным?

6) Каковы объем и источники поступающих финансовых ресурсов, а также главные направления расходования этих ресурсов?

Главные элементы системы управления потоками финансовых средств - это учет их движения; исследование их потоков в соответствии с формой финансовой отчетности «Отчет о движении денежных средств» и формирование бюджета финансовых ресурсов.

Наибольшее внимание в отечественной практике необходимо уделить вопросам планирования и контроля за реализацией отчета о движении денежных средств, так как этот документ отображает денежный поток организации [2].

Благодаря отчету о движении финансовых ресурсов можно получить информацию о способности предприятия к формированию денежных средств и их эквивалентов, распределению во времени и сохранению определенности их образования. Также благодаря такому отчету можно произвести оценку

изменений в чистых активах предприятия, понять, может ли компания повлиять на размеры и время потоков финансовых ресурсов. Это, в свою очередь, позволит оптимизировать функционирование предприятия, невзирая на непрерывно меняющиеся внешние и внутренние условия и возможности.

Отчет о движении финансовых ресурсов является для пользователей основанием для составления моделей оценки, изучения и прогнозирования дисконтированной стоимости потоков финансовых ресурсов в будущем. Вне зависимости от специфики деятельности всем организациям необходимы финансовые ресурсы для того, чтобы функционировать, выплачивать обязательства, обеспечивать доходность инвесторов. В связи с этим, в отчете, отображаются потоки финансовых ресурсов за отчетный период, отражая финансовую, инвестиционную и операционную деятельность.

Замечено, что потоки финансовых ресурсов от проведения операций в отчете должны отображаться при помощи одного из двух указанных в МСФО (IAS) 7 «Отчеты о движении финансовых ресурсов» способов:

1) При помощи прямого метода, подразумевающего отображение ключевых форм валовых финансовых поступлений и валовых финансовых выплат;

2) При помощи косвенного метода, подразумевающего корректирование чистой прибыли или убытков на результаты нефинансовых операций, различных отсрочек и начислений за предыдущие периоды и предстоящих поступлений и выплат от операций с финансами, статей прибылей и убытков по инвестиционным и денежным потокам финансовых ресурсов [3].

Прямой метод считается наиболее эффективным, так как он предоставляет сведения, позволяющие оценить предстоящие потоки финансовых ресурсов, что является затруднительным, если организация использует косвенный метод.

Важно, что операции, носящие инвестиционный и финансовый характер, не способствующие движению финансовых ресурсов и их

эквивалентов, не входят в отчет. Но их должна отражать бухгалтерская отчетность, так как они воздействуют на систему капитала и активов организации. Нефинансовые операции могут иметь несколько видов. В частности, организация может приобретать активы либо принимать соответствующие обязательства по ним, или осуществляя финансовую аренду. Также организация может выпускать акции и конвертировать в эти акции свои долговые обязательства.

Отчет о движении финансовых ресурсов должен отображать сверку сумм с конкретными статьями бухгалтерского баланса и раскрывать размер существенных остатков финансовых ресурсов и их эквивалентов, которые не могут быть использованы.

Необходимо анализировать финансовые потоки по всей организации в целом, принимая во внимание главные формы ее экономической деятельности, по определенным структурным подразделениям, представляющих собой так называемые центры ответственности.

Анализ проходит в несколько стадий:

- исследуются показатели объема образования положительных денежных потоков в аспекте отдельно взятых источников их образования;
- исследуются показатели объема образования отрицательных денежных потоков, структура таких потоков по способам расходования финансовых ресурсов;
- исследуется наличие баланса между отрицательным и положительным финансовыми потоками по совокупному размеру и с точки зрения времени;
- исследуются показатели коэффициента ликвидности финансовых потоков организации с точки зрения отдельных промежутков анализируемого периода;
- исследуется эффективность финансовых потоков организации [4].

Результаты такого исследования позволяют определить возможности оптимизации денежного потока организации, а также обеспечить их контроль и планирование на предстоящий период времени.

Бюджетирование финансовых средств направлено на то, чтобы рассчитать требующийся размер финансовых ресурсов и выявить моменты, когда в организации прогнозируются их недостатки или избытки. Это позволяет исключить кризисные явления и рационально распределить финансовые средства.

Существует ряд подходов к формированию бюджета денежным потоков. Наиболее типичными являются формирование бюджетов по центрам ответственности (центрам затрат (доходов) и бюджетирование по проектам.

В условиях рыночной экономики необходимо осуществлять прогнозирование денежных потоков, чтобы сделать их предсказуемыми, прозрачными. Прогноз осуществляется на период в разрезе единичных периодов: год в разрезе кварталов, год в разрезе месяцев и т.п.

Прогнозируемый кассовый бюджет позволяет:

- получить целостное представление о совокупной потребности в денежных средствах;
- принимать управленческие решения о более рациональном использовании ресурсов;
- анализировать значительные отклонения по статьям бюджета и оценивать их влияние на финансовые показатели деятельности предприятия;
- своевременно определять потребность в объеме и сроках привлечения заемных средств.

Недостаток денежных средств на предприятии приводит к сбоям в производственно-финансовом процессе, а избыток свидетельствует о том, что руководство предприятия не умеет выгодно размещать денежные ресурсы с целью получения дополнительной прибыли.

Наиболее распространенным способом управления денежными потоками является формирование платежного календаря. Основная цель использования платежного календаря - составление графика поступлений и платежей таким образом, чтобы избежать кассовых разрывов и в то же время сократить возникающие на счетах излишки денежных средств [1].

Платежный календарь может иметь различную структуру, но в нем обязательно должны найти отражение все суммы ожидаемых поступлений и платежей, а также планируемые остатки денежных средств в разрезе выбранных временных периодов.

Результаты анализа денежных потоков «Отчета о движении денежных средств» содержат ценную управленческую информацию, в которой заинтересованы как руководство предприятия, так и его акционеры (инвесторы). С ее помощью руководство предприятия может контролировать текущую платежеспособность предприятия, принимать оперативные решения по ее стабилизации, оценивать возможность дополнительных инвестиций. Кредиторы предприятия могут составить заключение о достаточности средств у предприятия-должника и его способности генерировать денежные средства, необходимые для платежей. Акционеры (инвесторы), располагая информацией о движении денежных потоков на предприятии, имеют возможность более обоснованно подойти к разработке политики распределения и использования прибыли [5].

Таким образом, необходимо формирование системы управления денежными потоками организации, бюджетирование и анализ денежных потоков, приверженность их развития. Существенная роль отведена информации, которая отражается в Отчете о движении денежных средств.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Сущность денежного потока и финансовое планирование денежных потоков на предприятии. Пантилейкина Ю.А. Актуальные проблемы социально-экономического

развития общества. Материалы Национальной научно-практической конференции научно-педагогических работников, 2019. - С. 256-260.

2. Леонтьев В.Е. Корпоративные финансы: учебник для вузов / В.Е. Леонтьев, В.В. Бочаров, Н.П. Радковская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 354 с.

3. Актуальные аспекты совершенствования бухгалтерского учета в условиях слияния с МСФО: монография / Н.А. Бреславцева, Т.Д. Попова, Н.В. Михайлова [др.]. – Шахты: ГОУ ВПО «ЮРГУЭС», 2019. – С. 145-149.

4. Приходько Д.К. Анализ концепций управления денежными потоками // Апробация. - 2017. - № 1(52). - С. 149-151.

5. Финансовый менеджмент: учебник для академического бакалавриата / Г.Б. Поляк [и др.]; ответственный редактор Г.Б. Поляк. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 456 с.

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИМУЩЕСТВЕННОГО НАЛОГОВОГО ВЫЧЕТА ПО НДФЛ ДЛЯ ГРАЖДАН РОССИИ

Канатьева Е.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность проблемы использования имущественного налогового вычета обусловлена тем, что система налогообложения в Российской Федерации оказывает сильное давление на граждан страны, которые в период пандемии столкнулись с множественными проблемами экономического характера. Предусмотренный Налоговым кодексом РФ имущественный налоговый вычет по НДФЛ должен являться государственной поддержкой и налоговым послаблением для налогоплательщиков, которые самостоятельно решают жилищный вопрос.

Сформировавшиеся к концу XX века, рыночные отношения в России привели к значительному увеличению удельного веса частной собственности вплоть до ее преобладания над государственной собственностью. Становление института частной собственности было закреплено на законодательном уровне в Конституции Российской Федерации, принятой

всенародным голосованием 12.12.1993 г. Статья 35 вышеназванного закона закрепляет право граждан иметь в собственности, владеть, пользоваться и распоряжаться имуществом, кроме того 36 статья закрепляет право граждан иметь в частной собственности землю [1].

В России строительство жилых домов осуществляется преимущественно на денежные средства частных собственников (населения и организаций). Согласно официальным данным Росстата за 2019 год удельный вес введенных в действие жилых домов за счет собственных и привлеченных средств населения составил 46.9%, а введенных в действие жилых домов организациями частной формы собственности – 47.1%, в то время как удельный вес в общем объеме ввода за счет средств государства достиг значения 2.2 %. Оставшиеся 3.8% жилых домов введены в действие за счет средств организаций федеральной собственности, собственности субъектов РФ, муниципальной и смешанной собственности [2].

Кроме того, нужно отметить негативную тенденцию для россиян, что за период с 2017 по 2019 гг. общая площадь введенных в действие жилых помещений за счет средств государства сократилась на 0.6 млн. м² (с 2.4 до 1.8 млн. м²), а общая площадь жилых помещений, введенных в действие за счет населения увеличилась на 5.5 млн. м² (с 33.0 до 38.5 млн. м²) [2].

Имущественные права, дающие гражданам России возможность приобретать в собственность квартиры, жилые дома, земельные участки, влекут за собой и определенные обременения, в том числе связанные с уплатой налогов на приобретенную собственность. С целью уменьшения налогового бремени законодателем был закреплен имущественный налоговый вычет, который регулируется статьей 220 Налогового Кодекса РФ [3].

Имущественный налоговый вычет представляет собой сумму, уменьшающую размер доходов, подлежащих налогообложению, либо представляет собой возврат части уплаченного в бюджет налога на доходы физических лиц (далее по тексту НДФЛ). Далее рассмотрим вычеты на

основании расходов на покупку квартиры, жилого дома, комнаты, земельного участка или доли в них.

Сумма имущественного вычета строго фиксирована и составляет не более 2000000 рублей на расходы, понесенные гражданином в связи со строительством или покупкой квартиры, жилого дома, долей в них. Вернуть при этом можно 13% от указанной суммы в пределах фактически произведенных расходов, что составит всего 260000 рублей. В случае, когда расходы связаны с погашением процентов целевого займа (кредита), взятого на строительство либо покупку жилого дома, квартиры, долей в них, земельных участков, то имущественный вычет предоставляется также в сумме фактически произведенных расходов на проценты, однако он не должен превышать 3000000 рублей. Имущественный налоговый вычет с уплаченных процентов также может составлять не более 13% от вышеназванной суммы, что составит 390000 рублей [4]. Если гражданин в текущем году использовал имущественный вычет не в полном объеме, то остаток может быть перенесен на последующие годы до полного использования вычета.

Перечислим условия получения имущественного налогового вычета в налоговом органе:

1) наличие статуса резидента Российской Федерации. Резидентами признаются физические лица, фактически находящиеся в Российской Федерации не менее 183 календарных дней в течение 12 следующих подряд месяцев;

2) наличие официального источника дохода на территории Российской Федерации, с которого физическое лицо (налогоплательщик) ежемесячно уплачивает НДФЛ в размере 13%. Уплата иных налогов на получаемые доходы (налог для самозанятых граждан и налоги для индивидуальных предпринимателей в рамках специальных налоговых режимов, например, УСН и ЕНВД) исключает возможность получения имущественного налогового вычета;

3) наличие документов, подтверждающих право на жилье [3]. В зависимости от приобретаемого объекта (квартира, жилой дом или земельный участок) необходимо предоставить свидетельство о государственной регистрации права на жилой дом или права собственности на земельный участок, или права на квартиру, комнату; договор о приобретении квартиры (комнаты, доли в ней). В случае если расходы были связаны на погашение процентов по кредиту (займу), в налоговый орган предоставляют целевой кредитный договор (договор займа, договор ипотеки), график погашения кредита (займа, ипотеки) и уплаты процентов по нему;

4) наличие документов, подтверждающих расходы налогоплательщика. При приобретении имущества такими документами являются квитанции к приходным ордерам, банковские выписки о перечислении денежных средств со счёта покупателя на счёт продавца, товарные чеки; при выплате процентов по кредиту такими документами являются выписки из лицевых счетов налогоплательщика, справки организации, выдавшей кредит об уплаченных процентах за пользование кредитом;

5) наличие заполненной декларации по форме 3-НДФЛ (налоговая декларация физического лица, в которой указана сумма налога необходимая для перечисления в бюджет) и справка по форме 2-НДФЛ (документ, в котором содержится информация о доходах налогоплательщика, суммах налоговых вычетов и сумма начисленного налога на доходы).

Законодателем не установлен срок давности для подачи заявления на имущественный налоговый вычет.

Далее рассмотрим причины, по которым налоговый орган вправе отказать в предоставлении имущественного налогового вычета:

1) расходы на покупку квартиры, жилого дома, земельного участка были покрыты за счет материнского капитала, за счет государственных средств или за счет работодателя;

2) сделка купли-продажи жилья была заключена с кем-либо из взаимозависимых лиц, которыми признаются родители, супруги, дети, братья, сестры, опекуны и подопечные;

3) предоставлен не полный комплект перечисленных выше документов.

Законодателем предусмотрен еще один путь получения имущественного налогового вычета: у работодателя в текущем налоговом периоде. Для этого налогоплательщик должен подать в налоговый орган заявление на подтверждение права получения имущественного вычета, обосновав такое право вышеназванными документами. НДФЛ не будет удерживаться из заработной платы физического лица на основании выданного налоговым органом и предоставленного работодателю уведомления о праве на имущественный вычет.

С 1 января 2014 года в Налоговый Кодекс РФ были внесены значительные изменения, согласно которым, если налоговый вычет при покупке квартиры (жилого дома, комнаты) получен не в максимальном размере (т.е. с суммы меньше 2 000 000 рублей), то его остаток можно дополучить при покупке других объектов жилья (абз. 2 пп. 1 п. 3 ст. 220 НК РФ). В отличие от вычета по расходам на покупку жилья, вычет по кредитным процентам может быть получен только один раз в жизни по одному объекту жилья (абз. 2 п. 8 ст. 220 НК РФ) [3].

По данным Федеральной налоговой службы более 3.5 млн. граждан России заявили имущественный вычет в 2020 году, из них 88 тысяч граждан составляют жители Нижегородской области, которые за 2020 год уже вернули из бюджета 4.7 млрд. рублей, что составляет 90% всех налоговых вычетов возвращенных нижегородцами [5].

Такой большой спрос на получение имущественного вычета обусловлен одной из серьезнейших социально-экономических проблем современной России, которой является жилищный вопрос. Данный вычет призван стимулировать граждан к самостоятельному улучшению своих

жилищных условий. Однако налоговый вычет на приобретение жилой недвижимости в настоящее время не выполняет своего социального назначения [6]. Огромное количество семей нуждаются в собственном жилье или, как минимум, в улучшении жилищных условий. Так, по данным статистического сборника «Россия в цифрах 2020» число семей, состоящих на учете как нуждающиеся в жилье, составило на 2018 год 2365 тысяч, в то время как число семей, получивших жилье и улучшивших свои жилищные условия составило всего 99 тысяч или 4.19% [2].

Жилищный вопрос обостряется, прежде всего, чрезвычайно завышенными ценами на жилье в крупных городах России, где сосредоточена основная масса населения страны. Цены на жилье в столице составляют десятки миллионов рублей, а в крупных городах, таких как Нижний Новгород, ценовая политика однокомнатных квартир варьируется в диапазоне от 1.5 млн. рублей и не ограничивается даже 5 млн. рублей [7].

Кроме того, огромное количество нуждающихся семей не может приобрести жилье не только из-за нехватки денежных средств, но и в результате недостаточного количества жилых домов. На основании данных Росстата за 2018 год было введено в действие в городской местности 57.5 млн. м² жилых домов и 24.5 млн. м² в сельской местности. Таким образом, на каждую нуждающуюся семью приходится лишь 34 м² жилой площади, в то время как на среднестатистическую семью из трех человек должно приходиться как минимум 54 м² [2].

Определим далее, каким образом имущественный налоговый вычет способствует решению жилищного вопроса?

Во-первых, при покупке комнаты, квартиры, жилого дома, долей в них налогоплательщик имеет право на получение сразу двух видов имущественных вычетов: вычет с расходов на покупку жилья и вычет с расходов по уплате процентов по кредиту (займу, ипотеке), так как заемные средства, полученные в банке, тоже включаются в перечень расходов

физического лица. Таким образом, налогоплательщик сможет получить вычет в сумме 650000 рублей (260000 рублей и 390000 рублей).

Во-вторых, в случае если жилье приобретается супругами, состоящими в законном браке, налоговый имущественный вычет может вернуть каждый из супругов, вне зависимости от того кому принадлежит право собственности на квартиру, жилой дом, земельный участок. Сумма налогового вычета для семьи, которая не использовала заемные средства, будет составлять 520000 рублей, так как каждый из супругов может заявить налоговый вычет на 2000000 рублей и получить по 260000 рублей (при условии, что расходы на покупку жилья составляют не менее 4000000 рублей). Если еще были взяты на крупную сумму ипотека (кредит), каждый их супругов так же может получить и налоговый вычет с процентов до 3000000 рублей в размере 390000 рублей, что составит 780000 рублей на семью.

Вместе с тем, не смотря на оказываемую государством помощь в ослаблении налогового бремени на граждан, а также в решении жилищного вопроса, нельзя не упомянуть Федеральный закон № 212-ФЗ от 23.07.2013 «О внесении изменения в статью 220 части второй Налогового кодекса Российской Федерации», который существенным образом изменил порядок предоставления имущественного вычета гражданам [8]. До вступления в силу федерального закона № 212-ФЗ размер вычета на уплачиваемые проценты по кредиту (ипотеке) не имел фиксированной суммы, к вычету могла быть предоставлена вся сумма уплаченных процентов. В настоящее время (с 1 января 2014 года) максимально возможная сумма вычета с уплаченных процентов составляет только 3 000 000 рублей, о чем уже упоминалось выше.

Имеются и положительные тенденции в предоставлении имущественного вычета. В Госдуму внесен законопроект, предусматривающий поправки в налоговое законодательство в части корректировки порядка расчета налоговой базы для получения имущественного налогового вычета физлицом в 2020 году [9]. Сущность

законопроекта состоит в том, что предлагается формировать налоговую базу по доходам налогоплательщика для целей получения имущественного вычета за 2020 год на основе части доходов, полученных налогоплательщиком в период с марта по декабрь 2019 года. Такие поправки обусловлены проведением в 2020 году ограничительных мер, препятствующих распространению пандемии COVID-19, что привело к приостановке деятельности некоторых компаний, снижению доходов граждан и увеличению уровня безработицы. Без принятия такого закона, многие граждане не смогут воспользоваться своим правом на имущественный вычет в полном объеме, поскольку налоговая база налогоплательщика сильно снизится.

Таким образом, законодательство об имущественных налоговых вычетах подвержено, как «положительным», так и «отрицательным» поправкам, что тормозит максимальное использование вычетов для решения жилищного вопроса, который всегда особенно остро стоял в России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Конституция РФ. [Электронный ресурс]: от 12.12.1993 с изменениями от 01.07. 2020. // Консультант Плюс. – URL: http://www. consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения 25.11.2020).

2. Россия в цифрах. 2020: Крат. Стат. Сб./Росстат. -М., 2020. [Электронный ресурс] // Росстат. - URL: https://rosstat.gov.ru/ storage/mediabank/GOyirKPV/Rus_2020.pdf (дата обращения 25.11.2020).

3. Налоговый кодекс РФ [Электронный ресурс]: от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 23.11.2020). Часть 2 // Консультант Плюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/#dst0 (дата обращения 25.11.2020).

4. Имущественный налоговый вычет [Электронный ресурс] // Портал государственных услуг РФ. – URL: https://www.gosuslugi.ru/situation/residential_ property/tax_deduction (дата обращения 25.11.2020).

5. Более 5,2 млрд. рублей вернули из бюджета жители региона, заявившие налоговые вычеты [Электронный ресурс] // Официальный сайт ФНС. – URL: https://www.nalog.ru/rn52/news/activities_fts/10195794/ (дата обращения 26.11.2020).

6. Мельникова Н.П., Тихонова А.В. Имущественные налоговые вычеты и справедливость налогообложения доходов физических лиц // Международный бухгалтерский учет. - 2018. - Т. 21. - № 9. - С. 1100-1112.

7. Продажа однокомнатных квартир в Нижнем Новгороде. [Электронный ресурс] // Avito. –URL: https://www.avito.ru/nizhniy_ novgorod/kvartiry/prodam/1-komnatnye-ASgBAgICAkSSA8YQygiAWQ (дата обращения 26.11.2020).

8. Федеральный закон «О внесении изменения в статью 220 части второй Налогового кодекса Российской Федерации» от 23.07.2013 N 212-ФЗ (последняя редакция). [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. –URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_149658/ (дата обращения 27.11.2020).

9. Предлагается скорректировать порядок получения имущественного налогового вычета в 2020 году [Электронный ресурс] // ГАРАНТ.РУ. –URL: https://www.garant.ru/news/1381570/ (дата обращения 27.11.2020).

БАНКОВСКИЙ СЕКТОР КАК ЛИДЕР ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Коледенков В.А.

Нижегородский губернский колледж

Актуальность проблемы обусловлена тем, что в настоящее время новейшие технологии становятся неотъемлемой частью всех отраслей экономики, не исключением является и банковская деятельность: кредитование, платежи и переводы, депозиты, инвестирование, страхование и иные, трансформируя бизнес-модели и повышая их клиентоориентированность. Различные финансовые технологические решения внедряются крупными кредитными учреждениями. Такая технологическая трансформация финансового рынка требует изменения подходов со стороны Банка России. Кредитные организации заинтересованы в развитие науки и новейших технологий, современная бизнес модель

коммерческих банков связана с внедрением онлайн – услуг, развитием искусственного интеллекта и других новейших технологий [1]. Деятельность кредитных организаций осуществляется в условиях жесткой конкуренции. С целью увеличения ресурсной базы, а также привлечения дополнительных клиентов кредитным учреждениям необходимо постоянно внедрять и совершенствовать новейшие банковские технологии, в том числе и цифровые.

Значимость внедрения новейших технологий обусловлена эпидемиологической ситуацией в стране. В период самоизоляции банковский сектор продемонстрировал качественный и профессиональный подход преодоления мирового кризиса посредством внедрения инновационных технологий. Финансовую стабильность банков обеспечивает взвешенная кредитно-денежная политика. Для завоевания лояльности владельцев счетов, расширения клиентской базы внедряются современные банковские технологии. Термин характеризует совокупность методов анализа деятельности организации, способствующих увеличению материальной устойчивости, эффективному взаимодействию с клиентами.

Реализация информационных, документарных, компьютерных технологических инноваций обеспечивает оптимизацию рабочего процесса, позволяет организовать результативный диалог с клиентом. Благодаря инвестированию в развитие средств для улучшения сервисного обслуживания современные крупные банки расширяют географию предоставления услуг, что способствует росту потребительской лояльности.

Министерство Финансов Российской Федерации предоставило президенту Российской Федерации план мероприятий по ускоренному внедрению в финансовый сектор онлайн – технологий, устранение трудностей перехода на удаленный режим работы и создание необходимых условий цифровизации большинства финансовых услуг. В плане указаны четыре направления банковского бизнеса: внедрение удаленной идентификации клиента, обеспечение доступа финансовых организаций к

актуальной информации о клиентах в электронном виде, онлайн ипотека и развитие финансовых платформ. Планом предусмотрено что выполнение цифровизации всех отраслей по этим направлениям должны быть выполнены до середины 2021 г. [2].

Онлайн - технологии необходимы для развития и укрепления банковской системы Российской Федерации. Компания ПАО «Ростелеком» 01.07.2018 года разработала технологию Единой биометрической системы – баз, которая позволяет идентифицировать клиента без предоставления паспорта, достаточно сопоставить голос и лицо с записями в банке. Основное преимущество новой технологии, клиент банка может оформить любой его продукт – например, вклад или кредит – в любое удобное для него время в мобильном приложении кредитной организации. Банковские услуги стали доступны для жителей удаленных регионов, в которых выбор банков ограничен или отсутствует. Биометрическая система оптимизирует работу кредитных организаций и ускоряет процесс оформления банковских продуктов для потребителей.

Российская банковская система имеет предпосылки стать одной из самых передовых в мире. Цифровизация позволит сократить расходы банков на 10–15%; технология «Больших данных» точно оценивают клиента при выдаче кредита; значительная доля дохода будет приходиться на небанковские услуги. По прогнозу исследовательской компании Autonomous Next к 2030 году банки во всем мире смогут сократить расходы на 22% с помощью технологий искусственного интеллекта. Экономия может достигнуть 60 трлн. рублей Российские банки уже зарабатывают и экономят немалые суммы с помощью ИИ [3]. Так, Сбербанк в 2017 году заработал дополнительно 114 млрд. рублей (чистая прибыль банка за 2017 год — около 749 млрд. рублей) только за счет использования ИИ и анализа данных при управлении рисками и продажами [4]. Данные, подтверждающий этот факт, представлены в таблице.

Таблица

Прибыль ПАО «Сбербанк»

ПАО «Сбербанк»	
Прибыль 2017 г.	749 млрд. руб.
Прибыль 2018 г.	832 млрд. руб.
Прибыль технологии ИИ (2018 г.)	114 млрд. руб.

Современная банковская бизнес – модель неразрывно связанна с развитием экосистем. Инновационные кредитные учреждения готовы предоставлять потребителю не только финансовые услуги, но телекоммуникационные, розничные и прочие услуги; банковские операции будут проводиться практически мгновенно; клиенты будут получать только персонализированные предложения.

Банковский сектор экономики является одной из самых инновационно активных отраслей в сфере внедрения новейших технологий, а также поставщиком кадров для других отраслей. Сотрудничая с кредитными учреждениями, компании, разрабатывающие информационные технологии являются полноценными поставщиками финансовых услуг. Крупные кредитные организации станут центрами экосистем, предоставляющим широкий спектр услуг для потребителя. Лидером данного направления является ПАО «Сбербанк», ставшим первым в России банком с собственной экосистемой.

В будущем ни один крупный коммерческий банк в России нельзя будет представить без дочерних компаний. Экосистема — это набор сервисов и инновационных технологий, формирующихся разными организациями, для оптимального удовлетворения нужд клиента в какой-либо области: недвижимость, медицина или что-то иное. Основным преимуществом экосистемы является для клиента кредитной организации получение доступа ко всем остальным входящим в нее связанным сервисам, причем с эксклюзивными, существующими только в этой экосистеме условиями [5].

Основными перспективными направлениями в данной сфере являются: вновь созданные банковские продукты на основе цифровых инновационных технологий (Платежные кольца АО «Россельхозбанка»), а также небанковские продукты, созданные в партнерстве со сторонними организациями (Мультимедийный сервис Okko от ПАО «Сбербанк»).

Трансформация банковского сектора обусловлена ростом использования потребителем дистанционных каналов обслуживания. В настоящее время объем функций мобильных приложений предоставляемые российскими банками в полтора-два раза превышает количество функций аналогичных ведущих европейских банков. Объективным преимуществом банковской системы Российской Федерации перед зарубежными конкурентами является то обстоятельство, что в России отрасль формировалась в цифровую эпоху, перенимая лучшие зарубежные практики. В 2018 году Россия вошла в топ-пять Европейских стран по развитию цифрового банкинга [6].

Таким образом, для реализации продуктовых инноваций необходимо их непрерывно совершенствовать. Постоянное отслеживание трендов и клиентоориентированность — решающие факторы для появления актуальных идей, обладающих коммерческим потенциалом. В данном процессе одним из основных факторов является своевременное внедрение новейших банковских технологий, что обеспечивает конкурентное преимущество на рынке банковских услуг.

По данным Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций банковская система Российской Федерации входит в топ-десять основных международных рейтингов цифрового развития [7].

Основным инновационным развитием банковского сектора является наращивание масштабов бизнеса банка, повышение прибыльности и эффективности, увеличение гибкости, скорости и клиентоориентированности, внедрение новейших технологий, воспитание

сотрудников нового качества, охват не только банковского рынка, но и создание площадок для разработки новейших инновационных проектов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации – URL: http://www.cbr.ru

2. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации - URL: hhtps://minfin.gov.ru (дата обращения 30.10.2020).

3. Официальная американская исследовательская компания Autonomous Next – URL: https://www.autonomous.com

4. Официальный сайт «Сбербанк» - Частным клиентам. 1997-2019 ПАО Сбер. Генеральная лицензия на осуществление банковских операций от 11 августа 2015 года. Регистрационный номер – 1481 – URL: https://www.sberbank.ru

5. Официальный финансово-экономический журнал (Forbs) – URL: https://www.forbes.ru/new (дата обращения 30.05.2017).

6. Официальное Российское государственное агентство федерального уровня «Тасс» - URL: https://tass.ru (дата обращения 04.07.2018).

7. Официальный сайт Министерства цифрового развития связи и массовых коммуникаций Российской Федерации - URL: hhtps://digital.gov.ru (дата обращения12.10.2020).

ТРАНСПОРТНЫЙ НАЛОГ: ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ И АКТУАЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

Коткова Я.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Транспортный налог относится к прямым региональным налогам и действует на территории Российской Федерации с 1 января 2003 года на основании главы 28 НК РФ. Относится к категории региональных налогов и входит в сферу правового регулирования Федерального законодательства и регионального законодательства субъекта Российской Федерации, на

территории которого введен данный вид налога. Законодательные органы субъектов РФ определяют ставки транспортного налога в соответствии со статьей 361 НК РФ [1].

Налогоплательщиками данного налога являются юридические и физические лица, на которых зарегистрированы транспортные средства. Организации – налогоплательщики по истечении налогового периода обязаны самостоятельно исчислить и уплатить налог в бюджет.

Что же касается физических лиц, то они уплачивают сумму налога, которая исчисляется на основании сведений, предоставляемых органами, осуществляющими государственную регистрацию транспортных средств. Это становится возможным благодаря взаимодействию налоговых органов с органами ГИБДД и органами Гостехнадзора [2].

На сегодняшний день сумма транспортного налога для транспортных средств, имеющих двигатели, исчисляется исходя из мощности двигателя в лошадиных силах с применением повышающего коэффициента в зависимости от стоимости автомобиля и года его выпуска. Налогооблагаемая база включает в себя технический показатель - мощность двигателя, исчисляемая в лошадиных силах, исходя из которого, можно рассчитать воздействие, которое оказывает отдельно взятое транспортного средства на состояние дорог общего пользования.

Ряд исследований показали, что средняя мощность двигателя, необходимая для движения в пределах города, значительно меньше той, которая берется в качестве показателя при взимании налога [3].

Кроме того, в соответствии с налоговым законодательством субъекты налогообложения имеют возможность для установления отграниченных друг от друга в зависимости от лошадиных сил налоговых ставок в отношении каждой категории транспортных средств, с учетом количества лет, прошедших с года выпуска транспортных средств, и их экологического класса.

В целях решения вопроса о воздействии транспортных средств на экологию возможно использование в качестве налоговой базы объема выбросов экологически вредных веществ в атмосферу. Следует отметить, что если транспортный налог в России будет определяться с учетом габаритов автомобиля или типа топлива, то это позволит дифференцировать налогоплательщиков по степени загрязнения окружающей среды. Данное изменение позволит предоставить льготы или освободить от уплаты машины малых размеров, взамен на возложение бремени на владельцев мощных автомобилей.

Наряду с экологическим аспектом стоит затронуть вопрос о включении транспортного налога в сумму акциза на топливо. Подобная тенденция в настоящее время прослеживается в США [4].

Отметим, что в РФ с 1 января 2020 г. произошло очередное повышение акциза на бензин и дизельное топливо, а если в стоимость акциза будет включен и транспортный налог, то цена на топливо значительно увеличится, что, в свою очередь, может сказаться на благосостоянии граждан.

К тому же данный вопрос может затронуть интересы не только автомобилистов, но и людей, пользующихся услугами общественного транспорта. Кроме того, для реализации подобного изменения запустить механизм распределения поступлений акциза между федеральными и региональными бюджетами.

Основным фактором, обеспечивающим прирост налоговых поступлений по данному налогу, является рост числа транспортных средств, зарегистрированных собственниками на территории региона. Несмотря на то, что доля транспортного налога в формировании бюджета не велика, он является источником финансирования экономических и социальных программ, касающихся содержания, ремонта, реконструкции и строительства автомобильных дорог в России.

Актуальной проблемой налогообложения транспортных средств является установленная шкала ставок, которая имеет ступенчатый характер,

что является несправедливым и абсурдным при исчислении сумм налога. Из-за разницы мощности двигателя всего на одну лошадиную силу налогоплательщик может уплатить транспортный налог в несколько раз больше. Решением данной проблемы может быть внесение в закон существенной поправки: считать не по принципу «от и до», а «за каждую дополнительную лошадиную силу». Например, за автомобиль с мощностью двигателя 155 л. с. налог будет взиматься как для автомобилей с мощностью 150 л. с. и плюс надбавка за каждую дополнительную лошадиную силу [5]. Таким образом, будет осуществлен постепенный переход от одной категории к другой. Внедрение вышеуказанного предложения позволит сделать налогообложение более эффективным в интересах субъектов Российской Федерации и налогоплательщиков.

В аспектах исчисления и уплаты транспортного налога, следует отметить следующие проблемы:

- обновленные данные базы ГИБДД России в электронном виде не сразу предоставляются в налоговый орган, как от других регистрирующих органов, что существенно облегчило бы работу ФНС. Так, если бы обновления автоматически поступали в базу налоговых органов сразу после изменений, а не по истечении некоторого времени, то сведения о новом владельце транспортного средства были актуальными на момент проведения массового расчета. В настоящее время, из-за длительного поступления сведений, лицо, которому направляется уведомление, но которое уже не являлось владельцем, естественно, не станет платить, а в большинстве случаев, даже проигнорирует, посчитав просто ошибкой [5],
- есть много транспортных средств, официально зарегистрированных в ГИБДД на имена лиц, которым направлялись уведомления, но у налогоплательщиков по их утверждениям нет и не было данных объектов,

- многие налогоплательщики считают, что налог можно уплатить в более поздний срок в той сумме, которая уже начислена, забывая о ежедневном начислении пеней за каждый просроченный день [6].

Таким образом, можно выявить главные задачи для организации эффективного контроля при обложении налогом на транспортные средства:

- наладить информационный обмен между органами исполнительной власти, т.е. между налоговыми органами и Управлением Госавтоинспекции;
- ужесточить контроль за актуальностью предоставляемых ГИБДД сведений о владельцах транспортных средств;
- повышать налоговую дисциплину налогоплательщиков при помощи профилактических мероприятий [2].

Также стоит отметить, что низкая доля имущественных налогов в бюджетной системе РФ приводит к малой эффективности налогового законодательства. Так федеральная налоговая служба приводит следующую динамику поступлений по видам налогов за три квартала 2019-2020 гг. (табл.).

Таблица

Поступления по видам налогов в консолидированный бюджет РФ за январь-август 2019-2020 гг., млрд руб.

Вид налога	2019 г.	2020 г.	Темп изменения, %
Налог на прибыль	3256.1	2711.0	83.3
НДПИ	4167.0	2604.6	62.5
НДС	2627.7	2589.7	98.6
НДФЛ	2472.2	2536.4	102.6
Акцизы	797.5	1192.4	149.5
Имущественные налоги	863.1	820.3	95.0

Источник: Федеральная налоговая служба. Налоговая аналитика [2].

Таким образом, в России за период 2019-2020 гг. поступление практически всех видов налогов упало. Поступление имущественных налогов, в том числе транспортного и земельного снизилось на 5%, поступления налога на прибыль сократились на 83,3%, НДПИ - на 62,5%, НДС - на 98,6%. Имущественные налоги сократились на 95%. Рост поступлений произошел только по таким налогам, как НДФЛ и акцизы. Одной из основных причин снижения абсолютных налоговых показателей доходной части консолидированного бюджета РФ является экономический кризис, вызванный пандемией COVID-19.

Сложившаяся ситуация с уменьшение налоговых поступлений в консолидированный бюджет РФ наглядно демонстрирует рисунок.

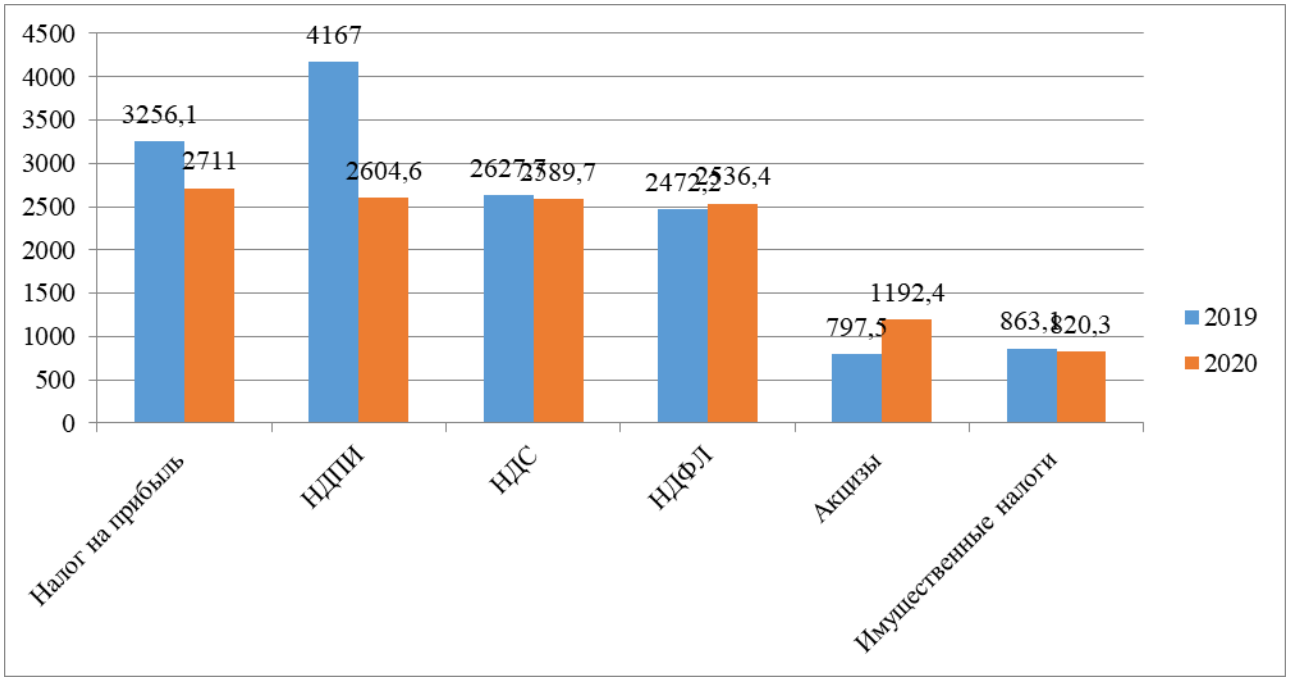


Рисунок. Поступление налогов в консолидированный бюджет РФ за январь-август 2019-2020 гг., млрд руб.

Источник: Федеральная налоговая служба. Налоговая аналитика [2].

В настоящее время, расходы государства на организацию сбора транспортного налога, в частности, по направлению физическим лицам налоговых уведомлений об их уплате, сопоставимы с размерами налогов, которые поступают в бюджеты субъектов. Но, самая главная задача, которая

стоит перед государством – это обеспечение благосостояния населения. Так как имущественные налоги выплачиваются из доходов граждан, именно размер дохода налогоплательщика, а не наличие жилья или автомобиля характеризует его способность платить налог.

Следующий 2021 г. для налогоплательщиков начнется с ряда значимых изменений в налоговом законодательстве Российской Федерации. Множество важных поправок коснутся транспортного и земельного налога организаций. В 2021 г. установлены единые сроки уплаты транспортного и земельного налогов для организаций не позднее 1 марта года, следующего за истекшим налоговым периодом, то есть за налоговый период 2020 г. организациям необходимо перечислить транспортный и земельный налог не позднее 01.03.2021 г. Также с 2021 г. отменяется обязанность организаций предоставлять декларации по транспортному и земельному налогам (п. 9 ст. 3 № 63-ФЗ) [7]. В 2021 г. ФНС сама займется подсчетами и рассылкой налогоплательщикам – юридическим лицам извещений с уже определенной суммой транспортного налога. С 01.01.2021 законодательные органы субъектов РФ не вправе определять сроки уплаты транспортного налога, указанные сроки установлены Налоговым Кодексом РФ [1].

В Госдуму было внесено предложение об отмене транспортного налога с 2021 г. Минфин ознакомился с предложением и высказал свою отрицательную точку зрения по данному вопросу, пояснив при этом, что транспортный налог показывает высокий коэффициент собираемости.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации. Часть II от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 23.11.2020 № 374-ФЗ) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (дата обращения 20.11.2020).

2. Налоговая аналитика. [Электронный ресурс] Официальный сайт федеральной налоговой службы Российской Федерации. // URL: https://analytic.nalog.ru/portal/index.ru-RU.htm (дата обращения 26.10.2020).

3. Величко С.С., Метеж В.Д. Влияние социально-экономических процессов в Приморском крае на формирование доходов бюджета региона. [Электронный ресурс] // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2016. № 12. - URL: http://ekonomika.snauka.ru/2016/12/13346 (дата обращения 20.10.2020).

4. Очнева Л.А., Корнева Е.В. Имущественные налоги физических лиц, их проблемы и пути совершенствования по взысканию. [Электронный ресурс] // Современные научные исследования и инновации. - 2014. -№ 6. Ч. 2. - URL: http://web.snauka.ru/issues/2014/06/35546 (дата обращения: 26.10.2020).

5. Перечень поручений по оптимизации порядка уплаты гражданами земельного налога. [Электронный ресурс] // Официальные сетевые ресурсы Президента России: официал. Сайт. - URL: http://www.kremlin.ru/acts/assignments/orders/51363 (дата обращения 10.10.2020).

6. Налоговая статистика [Электронный ресурс] // Официальный сайт федеральной налоговой службы Российской Федерации. -URL: https://analytic.nalog.ru/portal/index.ru-RU.htm (дата обращения 20.11.2020).

ДИНАМИКА КЛЮЧЕВОЙ СТАВКИ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 7 ЛЕТ

Ксенофонтов Е.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность исследования состоит в том, что ключевая ставка Центрального Банка Российской Федерации является действенным инструментом удержания инфляции вблизи целевых значений, что особенно важно в период экономического кризиса, вызванного пандемией COVID-19.

Кроме того, ключевая ставка Центрального Банка Российской Федерации - это основной инструмент денежно-кредитной политики Банка России по урегулированию ликвидности банковского сектора, которая была введена регулятором 13.09.2013 г. [1].

Ключевая ставка Центрального банка РФ (ЦБ России) представляет собой процентную ставку, по которой ЦБ России готов предоставлять

кредиты коммерческих банкам на ближайшие семь суток [2]. Под ключевой ставкой одновременно понимается ставка, по которой ЦБ России принимает денежные средства на депозиты от коммерческих банков.

Если говорить более простым языком, то ключевая ставка, показывает насколько дорого коммерческим банкам достаются средства ЦБ России. Низкая ключевая ставка обуславливает невысокие проценты по кредитам организациям и населению. Высокая ключевая ставка приводит, соответственно, к высоким процентам, тем самым указывая на «удорожание» денег, что делает более перспективным вклады и депозиты. Но в целом, выдавать кредиты по наименьшей ставке банкам невыгодно: в таком случае они лишаются маржи.

Роль ключевой ставки в экономике переоценить невозможно, это важнейший финансовый и экономический инструмент в сфере денежно-кредитной политики страны, который оказывает мощнейшее влияние на политику всех российских коммерческих банков [3].

Изменяя ключевую ставку, ЦБ России контролирует уровень инфляции в стране и корректирует величину денег в обращении, используемую банками. Для снижения инфляционных процессов ЦБ России повышает ставку. Вследствие чего банки увеличивают ставки по кредитам и вкладам. При этом покупательская способность снижается, прессинг рубля падает, а темпы инфляции замедляются.

Помимо инфляции ЦБ России через ключевую ставку влияет на спекуляции на рынке валюты. При повышении ставки они становятся более опасными. При низком значении можно взять деньги под небольшой процент, потратить их на покупку валюты, а после продать ее по более высокому курсу. Разница должна перекрыть плату за кредит. При увеличении ставки эта схема перестаёт работать эффективно [4].

Перечислим факты, которые оказывают влияние на решение ЦБ России не повышать ключевую ставку:

1) без дешевых кредитов российский бизнес не может развиваться, а, значит, затормаживается процесс экономического роста (не создаются новые рабочие места, бюджет получает меньше налогов);

2) без дешевых кредитов населению труднее привлечь заемные средства, а это негативно сказывается на продажах товаров и услуг, так как уменьшается покупательная способность (что наблюдается в период коронавирусной инфекции COVID-19).

Динамика ключевой ставки ЦБ России за последние семь лет представлена на рисунке.

Рисунок. Динамика ключевой ставки ЦБ России за 2013-2020 гг.

Источник: Составлено автором на основе данных ЦБ.

Прокомментируем далее содержание рисунка. Как видно, ключевая ставка ЦБ России (5.5%) с 13.09.2013 г. начинает постепенно идти вверх вплоть до 16.12.2014 г. В марте 2014 г. регулятор взял курс на ужесточение денежно-кредитной политики, учитывая инфляционные риски, связанные с высокой волатильностью цен и поднял ключевую ставку до 7%. К 12.12.2014

г. ставка взлетела еще выше и достигла значения 10.5%, что связано с завершением этапа перехода к плавающему курсу рубля в ноябре 2014 г. [5]. Таким образом, ЦБ России ориентировался, прежде всего, на целевой уровень инфляции, а не на поддержание курса национальной валюты. В этот же год происходит масштабная девальвация рубля, начинается тревога на валютном рынке, рубль обесценивается на 41%. На экстренном заседании 16.12.2014 г. ЦБ России принимает решение увеличить ключевую ставку до 17%. Сегодня принято считать, что тревога рынка была спровоцирована неправильными действия ЦБ России и неизвестными покупателями облигаций «Роснефти» [6].

Начиная с конца января 2015 г., ставка начинает стремительно ползти вниз, что аргументируется тем, что ЦБ России занялся стимулированием национальной экономики. И вот 30.01.2015 г. регулятор снижает ключевую ставку до 15%. По мнению пока ставка 17% привела к стабилизации инфляционных и девальвационных ожиданий.

Постепенное снижение ключевой ставки также сохранилось и в 2019-2020 гг. С начала 2019 г. ставка Банка России составляла 7.75% годовых, а с 16.12.2019 г. – 6.25% (действовала до 07.02.2020 г.). Динамика ключевой ставки Банка России за 2019 г. впечатляет, так как в течение года она менялась шесть раз. В целом снижение чуть более чем за год составило 1.50 %. С февраля 2020 г. ключевая ставка Банка России составляла 6.25%, а с 27.07.2020 г. – 4.25%. В 2020 г. наблюдается тенденция понижения ключевой ставки, и ключевая ставка уже менялась пять раз. Этому способствует, на наш взгляд, как желание ЦБ России ускорить рост экономики, так и пандемия [7].

Российская экономика не стоит перед угрозой инфляции, так как она уже очевидна. За счет дешевых кредитов можно было бы наращивать валовый внутренний продукт, который вследствие коронавирусной инфекции снизится на 4-5% [8].

Тенденция на снижение ключевой ставки существует и в западных странах, например, в Америке. Так, в США с 16.03.2020 г. и по настоящее время, ключевая ставка составляет 0.25% [9]. Такая мера была принята Федеральной резервной системой США для поддержания домохозяйств и предприятий из-за COVID-19.

Об аналогичном значении ключевой ставки в России речь пока не идет. Но факт снижения ЦБ России ключевой ставки до 4.25% говорит о том, что регулятор старается адекватно реагировать на ситуацию в стране. Но вполне возможно на следующем заседании ЦБ России, которое состоится 18.12.2020 г., будет принято решение о повышении ключевой ставки на 0.75%, что связано с девальваций рубля и активным ростом инфляционных процессов. Официальная инфляция по данным Росстата на октябрь 2020 г., составляет 4% [10].

Поэтому можно сказать, что ЦБ России всегда решает сложную дилемму: думать об инфляции или думать о ликвидности.

Сейчас действия ЦБ России дают понять, что инфляция в начале 2021 г. будет примерно 4.5%, а ключевая ставка - 5%. А это означает, что ставка будет почти нулевая: 5% это чуть больше, чем официальная инфляция 4-4.5%. В этом аспекте ключевая ставка 5% и инфляция 4.5% будет сходна со значениями данных показателей в Еврозоне: ключевая ставка 0%, инфляция – -0.3% [11].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ключевая ставка Банка России. [Электронный ресурс] // Банк России: сайт. – URL: https://www.cbr.ru/hd_base/KeyRate (дата обращения 17.11.2020).

2. Ключевая ставка. [Электронный ресурс] // Банки.ру: сайт. – URL: http://www.banki.ru/wikibank/klyuchevaya_stavka (дата обращения 17.11.2020).

3. Ключевая ставка ЦБ РФ. [Электронный ресурс] // Сравни.ру: сайт. -URL: https://www.sravni.ru/enciklopediya/info/kljuchevaja-stavka-cbrf/ (дата обращения 17.11.2020).

4. Ключевая ставка ЦБ РФ. [Электронный ресурс] // Главбух: сайт. – URL: https://www.glavbukh.ru/art/80164-klyuchevaya-stavka-tsb-rf-s-26-oktyabrya-2020-goda-izmeneniya (дата обращения 19.11.2020).

5. ЦБ и ставка. Как менялась политика регулятора. [Электронный ресурс] // ТАСС: сайт. – URL: https://tass.ru/ekonomika/1827484 (дата обращения 19.11.2020).

6. Здесь и сейчас. [Электронный ресурс] // Дождь: сайт. – URL: https://tvrain.ru/teleshow/here_and_now/ekonomist_sergej_guriev_u_nas_sereznye_problemy_nas_zhdut_snizhenie_dohodov_rost_tsen_i_poterja_rabochih_mest-379490/ (дата обращения 19.11.2020).

7. Снижение ключевой ставки [Электронный ресурс] // Эхо Москвы: сайт. – URL: https://echo.msk.ru/programs/personalno/2630442-echo/ (дата обращения 19.11.2020).

8. Экономика. [Электронный ресурс] // Российская газета: сайт. – URL: https://rg.ru/2020/09/18/bank-rossii-uluchshit-prognoz-po-rossijskoj-ekonomike.html (дата обращения 19.11.2020).

9. Ключевые ставки центральных банков [Электронный ресурс] // МФД-ИнфоЦентр: сайт. – URL: https://mfd.ru/calendar/rates/ (дата обращения 20.11.2020).

10. Об индексе потребительских цен. [Электронный ресурс] // Росстат: сайт. – URL: rosstat.gov.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d02/208.htm (дата обращения 20.11.2020).

11. Индекс потребительских цен (ИПЦ) в еврозоне. [Электронный ресурс] // Investing: сайт. – URL: https://ru.investing.com/economic-calendar/cpi-68 (дата обращения 20.11.2020).

ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Кудашкин А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность рассмотрения проблемы финансирования малого бизнеса в России обусловлена тем, что нормальное и эффективное развитие экономики страны возможно только при условии развития малого бизнеса. Малый бизнес – это предпринимательство, опирающиеся на деятельность

небольших фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения. По состоянию на 10.11.2020 по данным Федеральной налоговой службы, в России существует 217,3 тысячи субъектов малого бизнеса, где трудоустроены 6,15 миллионов человек [1]. Если анализировать удельный вес занятых в малом бизнесе в общем числе занятых, то можно отметить тот факт, что более 8% занятого населения России заняты именно в секторе малого предпринимательства [2].

Рост и развитие сектора малого бизнеса в России важен для страны по двум взаимосвязанным причинам:

Во-первых, развитие малого бизнеса повлечет за собой улучшение экономической ситуации в стране. Известно, что каждый предприниматель производит налоговые отчисления в различные фонды и бюджеты, позволяя государству перераспределять доходы по его усмотрению. При увеличении налоговых поступлений государство будет владеть большими ресурсами для создания различных экономических программ поддержки или социальных программ, что повлечет за собой наращивание человеческого потенциала страны.

Во-вторых, при развитии малого предпринимательства в России будут создаваться новые рабочие места, следовательно, можно утверждать, что численность трудоустроенных в секторе малого бизнеса превысит 6,15 миллионов человек. Особенно актуально это на данный момент, когда Россия мобилизует свои ресурсы после выхода из режима самоизоляции, связанного с пандемией «COVID-19». Сравнивая показатели количества субъектов малого бизнеса до пандемии и после, можно отметить тот факт, что их количество сократилось: на 10.12.2019 число субъектов малого предпринимательства составляло 224,8 тысяч [1]. Данный показатель уменьшился почти за год (с декабря 2019 года по ноябрь 2020 года) на 3,4%, следовательно, это повлекло за собой и рост безработицы: более 0,86% занятых в малом бизнесе стали безработными.

В августе 2019 года показатель безработицы в России составил 4,3%: это минимальный показатель безработицы в России, начиная с 1991 года. На ноябрь 2020 года этот показатель составляет уже 4,6% [3]. Содействие в развитии малого бизнеса, его финансирование будет способствовать и повышению благосостояния населения Российской Федерации при содействии занятности населению, и экономическому росту, и развитию страны.

Стоит так же отметить еще тот факт, что развитие малого бизнеса будет способствовать развитию среднего класса в России, что представляет собой решение еще одной серьезной социально-экономической проблемы страны, мотивируя граждан на более эффективное использование собственных ресурсов, навыков и умений.

Николай Кульбака, доцент института общественных наук Российской академии народного хозяйства и государственной службы, кандидат экономических наук, утверждает, что государство не заинтересовано в развитии российского малого бизнеса, поскольку его доходы значительно отличаются от доходов крупных компаний, а контролировать его сложнее [4]. Нельзя не согласиться с тем фактом, что доходы у малого бизнеса меньше: это достаточно логичное умозаключение. Однако, что касается сферы контроля малого бизнеса, то здесь дела обстоят позитивно: в России создано более 40 ведомств, отвечающих за осуществление контроля за деятельностью субъектов сектора малого предпринимательства. Стоит понимать, что увеличение доходов малого бизнеса (даже при условии, что показатели все равно будут меньше чем у крупного бизнеса) повлечет за собой экономический рост страны. Следовательно, можно утверждать, что весь государственный аппарат заинтересован в развитии малого предпринимательства, поскольку преимущества данного процесса очевидны для всех: и ученых, и практиков.

Однако решение данной проблемы не представляется простым и легким. В рамках финансирования малого бизнеса существует ряд проблем.

Данные проблемы необходимо тщательно изучить, чтобы разработать план, стратегию их решения для повышения благосостояния страны в целом и развития малого бизнеса в частности.

1. Проблема кредитования.

Малый бизнес – это, прежде всего, инициативные объединения граждан. За редким исключением малый бизнес не имел ни малейшего отношения к процессу приватизации, поэтому финансирование бизнеса осуществлялось исключительно за счет финансовых возможностей самих граждан. Следовательно, стоит подчеркнуть тот факт, что у большинства представителей малого бизнеса нет средств на предоставление залога в банк для получения кредитования в необходимом размере.

Кредитные средства – недоступное решение вопроса финансирования бизнеса для многих представителей малого бизнеса. Дело в том, что уровень инфляции в Росси в конце 2019 года был равен 3,8%. Напомним, инфляция – это социально-экономическая ситуация, при которой на одну и ту же сумму денег по происшествие какого-то времени можно будет приобрести набор товаров меньший, чем прежде. По прогнозу Центрального банка Российской Федерации, к концу 2021 года инфляция составит 4% и остановится в этом значении [5]. Однако в этих условиях представители малого бизнеса не в силах выплачивать обязательные платежи по кредитам в размере от 8,5% до 30% годовых. Следовательно, финансирование за счет кредитных средств малого бизнеса является невозможным для многих субъектов бизнеса [6].

Для сравнения обратим внимание на состояние малого бизнеса в Японии. В Японии 99% компаний принадлежат к сектору малого бизнеса и обеспечивают экономическое развитие страны [7]. При этом уровень инфляции в Японии равен 0,79% [7]. Совсем недавно в Японии была введена система поддержки финансирования малого бизнеса, при которой государство выделяет беспроцентные займы объемом до 929 млн долларов организациям, которые занимаются выдачей кредитов бизнесу [8]. Через эти кредитные организации малый бизнес сможет получить кредиты без

процентов и без залога. Следовательно, можно утверждать о том, что в Японии существует эффективная система кредитования как способа финансирования малого бизнеса, способствующая эффективному развитию малого бизнеса и повышению благосостояния общества.

2. Проблема венчурного финансирования.

Вторая проблема – это недоступность для многих субъектов малого бизнеса венчурного финансирования. Венчурное финансирование – это инвестиции в уставный капитал быстрорастущих инновационных компаний без получения гарантий на возврат денежных средств. Иными словами, венчурное финансирование – это финансирование новых технологий. Дело в том, что венчурный рынок находится в непростом положении, с чем связано уменьшение венчурных сделок с 285 в 2018 году до 134 сделок в 2019 году [9]. При этом отмечается и снижение зарубежных инвестиций в стартапы. При этом представители венчурного рынка утверждают о том, что венчурный рынок не находится в бедственном положении: просто сам рынок уменьшается.

Однако, стоит отметить и снижение финансирования венчурного рынка российскими корпорациями и корпоративными фондами: в 2019 году финансирование рынка составило 2,5 млрд рублей, против показателя предыдущего года в 8,8 млрд рублей [9].

Следовательно, можно предположить, что сокращение инвестиций в венчурный рынок России, представляющий собой один из важнейших способов развития малого бизнеса в Российской Федерации, может являться негативным фактором в развитии малого бизнеса. Многие амбициозные и инновационные предприниматели не имеют возможность реализовать свою идею по причине сужения венчурного рынка. Необходимо детально изучить причины такой динамики рынка России, определить направления его развития, расширить государственную поддержку для инвесторов венчурных фондов. Это будет способствовать не только развитию малого бизнеса, но

еще и инновационному развитию страны, активному участию России в научно-техническом прогрессе.

3. Проблема лизингового финансирования.

Третья проблема – недоступность возможности участия в лизинговой программе субъектами малого предпринимательства. На данный момент активно развивается лизинговое финансирование малого бизнеса, в России выделено 4 субъекта, где реализуется данная программа: Татарстан, Башкирия, Республика Саха, Ярославская область [10]. В каждом субъекте создана региональная лизинговая компания, уставный капитал, который состоит из 2 млрд рублей. На данный момент более 200 субъектом малого бизнеса получили лизинговые инвестиции [10]. Однако получение лизингового финансирование по-прежнему остается недоступным для некоторых регионов по причине географического разброса региональных лизинговых компаний, что затрудняет получение информации о лизинговом финансировании в целом и подаче документов на осуществление данного процесса, в частности.

Безусловно, в современном мире существует еще ряд проблем, касающихся финансирования малого бизнеса, однако те, что перечислены выше, являются важнейшими проблемами, на решение которых необходимо направить максимум усилий, времени и внимания.

Проблемы финансирования малого бизнеса необходимо решать: от этого зависит благополучие страны, уровень благосостояния ее граждан. Исходя из опыта зарубежных стран, можно утверждать, что всесторонняя поддержка малого бизнеса является необходимым условием экономического и социального успеха страны. Малый бизнес – это важнейший сектор экономики, который оказывает непосредственное влияние на решение социальных и экономических проблем общества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] // URL: https://ofd.nalog.ru/index.html (дата обращения: 24.11.2020).

2. Занятость и безработица в Российской Федерации в январе 2020 года [Электронный ресурс] // URL: https://rosstat.gov.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d05/34.htm (дата обращения: 23.11.2020).

3. Росстат заявил о сокращении безработицы второй месяц подряд [Электронный ресурс] // URL: https://www.interfax.ru/business/738066 (дата обращения: 25.11.2020).

4. Почему бизнес в России не развивается [Электронный ресурс] // URL: https://delo.modulbank.ru/all/business-stop (дата обращения: 24.11.2020).

5. Банк России по итогам 2020 года ожидает инфляцию в интервале 3,9-4,2% [Электронный ресурс] // URL: https://tass.ru/ekonomika/9799415 (дата обращения: 22.11.2020).

6. Кредиты для бизнеса [Электронный ресурс] // URL: https://bankiros.ru/business-credits (дата обращения: 23.11.2020).

7. Малый бизнес в развитых странах - США и Японии [Электронный ресурс] // URL: https://malbusiness.com/malyiy-biznes-v-razvityih-stranah-chast1/ (дата обращения: 23.11.2020).

8. Банк Японии объявил о новой схеме поддержки бизнеса в условиях пандемии [Электронный ресурс] // URL: https://tass.ru/ekonomika/8536015 (дата обращения: 23.11.2020).

9. Венчурные инвестиции в России [Электронный ресурс] // URL: https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%92%D0%B5%D0%BD%D1%87%D1%83%D1%80%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D0%B8%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8_%D0%B2_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8 (дата обращения: 24.11.2020).

10. Лизинг с господдержкой [Электронный ресурс] // URL: https://plus.rbc.ru/news/5da899f77a8aa95cdc71116e (дата обращения: 22.11.2020).

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ

Маврина А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность темы обусловлена тем, что современный мир стремительно трансформируется, а вместе с ним подвергается изменениям и экономика. Научно-технический прогресс, экономические преобразования, глобализация, экономические кризисы и структурный сдвиг в пользу сферы услуг – все эти факторы, безусловно, повлияли как на развитие экономической системы Российской Федерации в целом, так и на положение промышленного сектора, в частности. «Промышленность – одно из величайших достижений цивилизации» [1]. Для разработки стратегии развития государства необходимо понимать, как происходит развитие промышленного сектора, каково его современное состояние и какие тенденции развития.

Согласно секторальной модели К. Кларка и А. Дж. Фишера, вся экономика разделяется на три сектора: первичный (сельское хозяйство, добывающие отрасли промышленности), вторичный сектор (обрабатывающая промышленность, строительство) и третичный сектор, представленный деятельностью по оказанию услуг населению и организациям [2].

Секторальная модель экономики исходит из идеи поэтапного развития каждого государства: этап аграрного развития страны сменяется промышленным этапом, после которого наступает этап роста сферы услуг, где происходит торможение и последующее снижение темпа роста промышленности. Такую тенденцию связывают, прежде всего, с переходом общества от индустриального к постиндустриальному. Однако В.Л.

Иноземцев в 1998 г. в ходе проведенного опроса выяснил, что многие экономисты настроены скептически даже к самому понятию «постиндустриальное общество», объясняя это тем, что промышленность остается и должна оставаться в дальнейшем ведущим сектором экономики [3]. Такую позицию поддерживают многие российские ученые и государственные деятели, например, Н. Спасский пишет: «Не обладая таким производством…, государство…не может рассчитывать на то, чтобы в течение длительного периода сохранить за собой командные высоты в мировой политике и экономике…» [4].

В Российской Федерации промышленное производство занимает около 30% в объеме валовой добавленной стоимости (см. табл. 1).

Таблица 1.

Отрасли производства в структуре валовой добавленной стоимости за 2016-2019 гг., % в общем итоге

Наименование отрасли	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Обрабатывающие производства	13.00	13.70	14.40	14.60
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	2.90	2.90	2.60	2.60
Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	0.50	0.50	0.50	0.50
Добыча полезных ископаемых	9.60	10.90	13.20	12.60
Всего:	26.00	28.00	30.70.	30.30

Источник: Росстат [5].

Стоит отметить, что две отрасли производства, а именно «Обрабатывающие производства» (14.60% в 2019 г.) и «Добыча полезных ископаемых» (12.60% в 2019 г.), вносят наибольший вклад в объем

промышленного производства. Кроме того, с 2016 г. наблюдается не только увеличение объема промышленного производства в структуре национальной валовой добавленной стоимости, но и рост производства в денежном выражении. Так, объем валовой добавленной стоимости по отраслям экономики, осуществляющим промышленное производство, в 2016 г. составил 20364615 млн. руб., в 2017 г. этот показатель равнялся уже 23008904 млн. руб., а в 2018 г. – 27745427 млн. руб. [6].

Однако если обратить внимание на индексы промышленного производства в Российской Федерации, то можно увидеть, что рост не является планомерным явлением (см. рис. 1). Так, наблюдаемый после 1998 г. резкий подъем промышленного производства сменился не менее резким спадом в 2009 г., после которого вновь произошел рост в 2010 г. Далее произошло медленное снижение индекса промышленного производства, в 2014 г. ситуация начала стабилизироваться, однако уже в 2015 г. вновь произошло падение с последующим ростом. В 2017 г. индекс промышленного производства составил 103.7%, в 2018г. – 103.5%, в 2019г. – 102.3% [5].

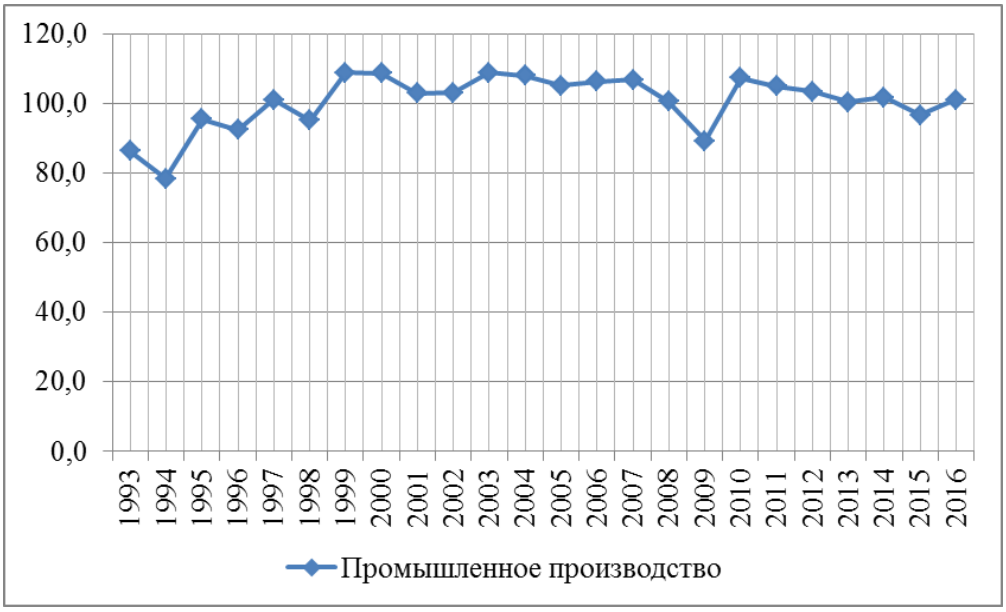


Рисунок 1. Индексы промышленного производства за 1993-2016 гг., % к предыдущему году.

Источник: Росстат [7].

Такие резкие подъемы и спады связаны с мировыми кризисами 2001-2002 гг. и 2007-2009 гг., а также с тем, что Россия является страной с сырьевой экономикой: добыча сырой нефти и природного газа занимает ведущую позицию в производстве (см. рис. 2).

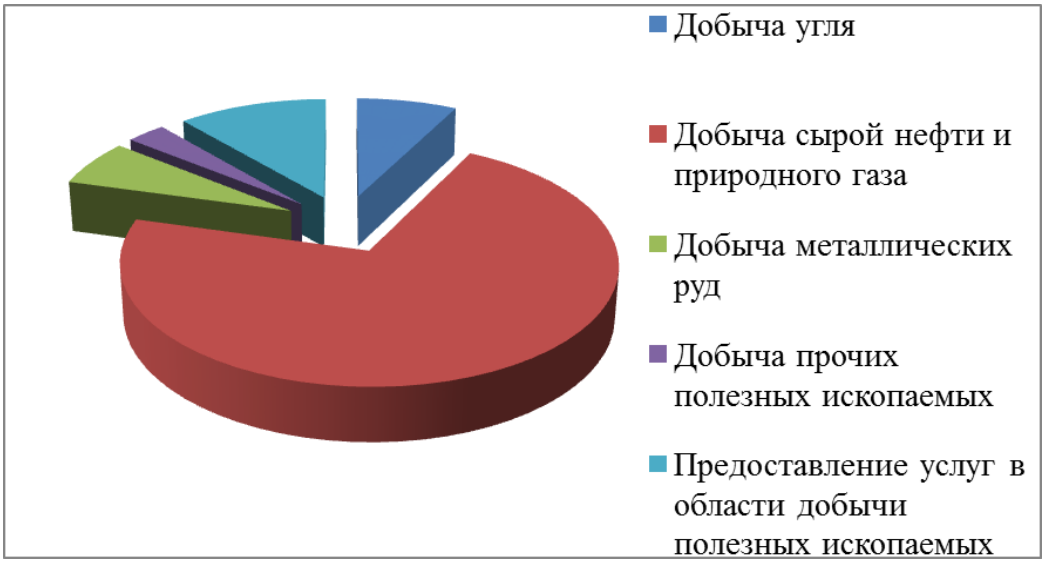


Рисунок 2. Структура объема отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами в разделе «Добыча полезных ископаемых» за 2019 г., %.

Источник: Росстат [5].

Подобная зависимость России от нефтегазового сектора отрицательно сказывается на развитии экономики страны. В этом состоит действие феномена «Проклятье ресурсов» или «Парадокс изобилия» (развитие стран с большим объемом природных ресурсов происходит медленно) [8]. Кроме того, существующая зависимость от мировых цен на нефть также негативно отражается на выстраивании стабильного роста экономических показателей и благосостояния страны.

Проблема сырьевой экономики отражается и на инвестициях: выбирая производственный сектор, инвесторы предпочитают вкладывать свои средства именно в «Добычу полезных ископаемых» (см. табл. 2).

Таблица 2

Структура инвестиций в основной капитал промышленного производства в РФ за 2015-2016 гг., %

Название раздела	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Добыча полезных ископаемых	17.2	18.4	19.0	18.1	17.0
Обрабатывающие производства	15.6	14.3	14.3	14.1	14.5
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	6.6	5.9	5.9	5.7	5.5
Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	0.9	1.0	0.9	0.9	1.0

Источник: Росстат [5].

Не менее важной характеристикой промышленного производства является занятость работников в данном секторе экономики. Так, в 2017 году среднегодовая численность работников в промышленности составила 9930.5 тыс. человек, в 2018 – 9887.1 тыс. человек, а в 2019 – 9753.6 тыс. человек [5].

Таким образом, наблюдается уменьшение численности занятых в промышленном производстве, что могло быть связано с использованием научно-технического прогресса, технических инноваций, в результате чего занятые перешли в другие секторы экономики. Такой процесс теоретически должен быть неразрывно связан с увеличением производительности труда, однако, напротив, наблюдается спад (см. табл. 3). В России процесс уменьшения численности занятых в промышленном производстве связан с ростом сферы услуг и, соответственно, занятости в ней.

Таблица 3

Индекс производительности труда в отраслях промышленности РФ за период 2012-2019 гг., в процентах к предыдущему году

Название раздела / год	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Добыча полезных ископаемых	101.5	100.4	103.3	100.3	101.4	100.8	100.3	100.8
Обрабатывающие производства	105.8	102.3	102.5	101.3	100.4	103.9	101.8	101.6
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	101.6	98.3	99.2	100.4	102.9	100.0	102.7	99.8
Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	103.8	99.6	97.9	89	108.7	97.6	101.9	98.2

Источник: Росстат [9].

Анализ состояния промышленного производства в Российской Федерации показал наличие серьезных проблем в исследуемом секторе, прежде всего, связанных с зависимостью национального экономического развития от нефтегазового сектора. Проблема ухода от «сырьевой экономики» на современном этапе стоит очень остро и, вероятнее всего, требует более решительных действий правительства по ее решению, так как многие другие проблемы являются только следствием (например, структурная составляющая инвестиций в промышленном производстве). Кроме того, очевидна необходимость модернизации промышленного производства, так как внедрение технологических инноваций происходит крайне медленно.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Харченко И.С., Харченко Л. И. Промышленность как основа национальной экономики [Электронный ресурс] // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. - 2014. - №2. - URL: https://cyberleninka.ru/article/n/promyshlennost-kak-osnova-natsionalnoy-ekonomiki (дата обращения: 09.11.20).

2. Василенко Н.В. Экономика сферы услуг [Электронный ресурс] // Н.В. Василенко. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 439 с. - URL: https://znanium.com/catalog/product/996072 (дата обращения: 09.11.20).

3. Бодрунов С.Д., Колганов А.И. Сфера услуг и материальное производство: проблемы соотношения в современной экономике [Электронный ресурс] // Экономическое возрождение России. - 2016. - №1 (47). - URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sfera-uslug-i-materialnoe-proizvodstvo-problemy-sootnosheniya-v-sovremennoy-ekonomike (дата обращения: 11.11.20).

4. Спасский Н. О твердой силе и реиндустриализации России. [Эллектиронный ресурс] // Россия в глобальной политике. - 2011. - Т. 9. - №6. - URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22960705& (дата обращения: 12.11.20).

5. Россия в цифрах. 2020: Крат. Стат. Сб./Росстат - М., 2020. - 550с. [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. - URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/GOyirKPV/Rus_2020.pdf (дата обращения: 12.11.20).

6. Российский статистический ежегодник. 2019: Стат.сб./Росстат. - М., 2019. - 708с. [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. - URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Ejegodnik_2019.pdf (дата обращения: 12.11.20).

7. Промышленное производство. [Электронный ресурс] Федеральная служба государственной статистики // URL: https://rosstat.gov.ru/enterprise_industrial (дата обращения: 12.11.20).

8. Бенсон И.Н. Парадокс ресурсного изобилия в экономике России // [Электронный ресурс] ПСЭ. - 2017. - №2(62). - URL: https://cyberleninka.ru/article/n/paradoks-resursnogo-izobiliya-v-ekonomike-rossii (дата обращения: 14.11.20).

9. Технологическое развитие отраслей экономики [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики - URL: https://rosstat.gov.ru/folder/11189 (дата обращения: 14.11.20).

ПЕРВИЧНОЕ ВЛИЯНИЕ ПОВЫШЕНИЯ СТАВКИ НДС НА ДОХОДЫ ФЕДЕРАЛЬНОГО БЮДЖЕТА РФ

Мандрик И.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

С 2019 года нововведения затронули важные элементы по многим налогам, таким, как налог на добавленную стоимость (НДС), налог на прибыль, налог на доходы физических лиц (НДФЛ), имущественным налогам. Так, с 1 января 2019 года основная ставка НДС повышена с 18% до 20% [1-2].

Изменение законодательства по НДС коснулось плательщиков ЕСХН, которые с 1 января 2019 года должны ежеквартально представлять налоговые декларации по НДС и уплачивать налог (право на получение освобождение по ст. 145 НК РФ для них сохраняется). Данные изменения оказываются влияние как на экономику страны в целом, так и на благосостояние ее граждан [3-5].

С целью регулирования региональной экономики по налогу на прибыль введено много разноплановых изменений [6]. До 2023 года в регионах РФ продолжают использовать льготные ставки, установленные не позднее 3 сентября 2018 года. Появилась возможность применения ускоренной амортизации с коэффициентом 2 по основному технологическому оборудованию, используемому при применении наилучших доступных технологий и указанному в перечне, утвержденном РП от 20.06.2017 №1299-р. Плату в систему «Платон» теперь разрешено включать в прочие расходы при расчете налога на прибыль. При выходе из организации её участника либо при ликвидации юридического лица доход в виде имущества в размере, превышающем фактически оплаченную им стоимость акций/долей/паев, считается дивидендами вне зависимости от формы оплаты и подлежит обложению пониженной ставкой налога 13% или 0%. Полученные

организацией безвозмездно от компании денежные средства в пределах суммы ее вклада в имущество компании в виде денежных средств, ранее полученных компанией от этой организации, налогом не облагаются. Убыток при выходе из компании или её ликвидации организация теперь может учитывать во внереализационных расходах. Кроме того, стоимость путевок на отдых на территории РФ для сотрудников, их супругов, детей до 18 лет и 24 лет, обучающихся по очной форме обучения, родителей теперь разрешено учитывать в расходах организации [7].

Изменения коснулись и налога на имущество организаций [7]. Движимое имущество перестало облагаться данным налогом, что очень беспокоило региональные органы власти, как причина недополучения доходов в бюджет субъекта РФ.

Сокращен перечень организаций и предпринимателей, имеющих право применять пониженные тарифы страховых взносов (некоторых некоммерческих и благотворительных организаций это не коснулось). Увеличены лимиты предельной базы страховых взносов, а также фиксированные взносы индивидуальных предпринимателей.

С 2019 года запрещено уменьшать транспортный налог на платежи в систему «Платон» за транспортные средства, имеющие разрешенную максимальную массу свыше 12 тонн.

Установлен норматив для НДФЛ по полевому довольствию. С 1 января 2019 года с выплаты сотрудникам полевого довольствия, превышающего 700 рублей за день, облагаются НДФЛ.

Кроме того, расширен перечень подакцизных товаров и произошло ежегодное повышение ставок.

Пени теперь начисляются за каждый календарный день просрочки со следующего дня по день уплаты задолженности по налогу включительно. Суммарный размер пени не должен превышать размер задолженности по налогу.

Цель любых нововведений в налоговом законодательстве – изменение (обычно в большую сторону) объемов поступлений в бюджеты разных уровней и (или) создание благоприятных условий для бизнеса. В связи с этим проанализируем, как изменения по вышеуказанным налогам отразились на структуре налоговых поступлений и их общей динамике.

Для исследования выбран федеральный бюджет РФ, в который поступает НДС (100%), налог на прибыль (100% в размере федеральной части ставки), акцизы, т.е. налоги по которым с 2019 года произошли наиболее существенные изменения (табл. 1).

Таблица 1.

Анализ структуры доходной части федерального бюджета, млрд руб. [7-8]

№ п/п	Показатель / Год	2015	2016	2017	2018	2019
1	Доходы, всего	13 659.3	13 460	15 088.9	19 454.4	20 188.8
1.1.	Нефтегазовые доходы	5 862.7	4 844	5 971.9	9 017.8	7 924.3
	в % к доходам	42.9	36	39.6	46.4	39.3
1.2.	Ненефтегазовые доходы	7 796.6	8 616	9 117	10 436.6	12 264.5
	в % к доходам	57.1	64	60.4	53.6	60.7
1.2.1.	Связанные с внутренним производством	3 467.6	3 780.6	4 741.9	5 430.9	6 389.6
	в % к доходам	24,5	28.1	31.4	27.9	31.6
1.2.1	НДС (внутренний)	2 448.3	2 657.4	3 069.9	3 574.6	4 257.8
	в % к доходам	17.9	19.7	20.3	18.4	21.1
1.2.1	Акцизы	527.9	632.2	909.6	860.7	946.7
	в % к доходам	3.9	4.7	6	4.4	4.7
1.2.1	Налог на прибыль	491.4	491	762.4	995.5	1 185
	в % к доходам	3.6	3.6	5.1	5.1	5.9

1.2.2.	Связанные с импортом	2 404.4	2 539.6	2 728.6	3 211.5	3 644.5
	в % к доходам	17.6	18.9	18.1	16.5	18.1
1.2.2	НДС на ввозимые товары	1 785.2	1 913.6	2 067.2	2 442.1	2 837.4
	в % к доходам	13.1	14.2	13.7	12.6	14.1
1.2.2	Акцизы на ввозимые товары	54	62.1	78.2	96.3	90.3
	в % к доходам	0.4	0.5	0.5	0.5	0.4
1.2.2	Ввозные пошлины	565.2	563.9	583.2	673	716.9
	в % к доходам	4.1	4.2	3.9	3.5	3.6
1.2.3.	Прочие	1 924.6	2 295.8	1 646.5	1 794.2	2 230.4
	в % к доходам	14.1	17.1	10.9	9.2	11

Самая большая доля поступлений в федеральный бюджет РФ принадлежит ненефтегазовым доходам (варьируется в пределах от 57,1% до 64%). Нефтегазовые доходы, занимают вторую строчку (36% - 42.9%) и имеют тенденцию к снижению в соответствие с политикой государства.

Наибольшую долю в налоговых поступлениях ненефтегазовых доходов занимают внутренний НДС, а также НДС на ввозимые товары (в пределах 17,9% - 21,1% и 13,1% - 14,2% соответственно). Однако в 2015 – 2016 годах доля прочих ненефтегазовых доходов выбивалась на вторую позицию, включая в себя 14,1% и 17,1% соответственно, что превышало показатели доходности НДС на ввозимые товары в данный период.

Изменения в поступлениях особенно заметны по НДС (внутреннем). После внесения изменений в налоговое законодательство его доля в общих доходах выросла на 2,7% по сравнению с предыдущим годом. Также изменения коснулись доли НДС на ввозимые товары, увеличившейся на 1,5%. Суммарно доля НДС выросла на 1,1% за период 2018-2019 гг. Кроме повышения основной процентной ставки, подобное повышение доходности НДС мог вызвать и рост цен на нефть на внутреннем рынке.

Остальные же доходные статьи имеют более плавный характер изменения.

На основе данных таблицы 2 можно сделать вывод, что внесение изменений в налоговое законодательство повлияло на объемы налоговых поступлений в федеральный бюджет РФ, однако этот рост на данный момент незначителен, чтобы вызвать серьезное изменение в структуре доходной части федерального бюджета РФ. Исходя из плана федерального бюджета РФ прирост доли налоговых доходов должен составить примерно 11% по сравнению с 2019 годом.

Таблица 2.

Динамика налоговых доходов федерального бюджета РФ за 2014-2020 гг. [3]

Период	Доходы ФБ, млрд руб.	Налоговые доходы ФБ, млрд руб.	Доля налоговых поступлений в ФБ
2014	15039.6	10475.7	70%
2015	14724.9	8842.2	60%
Темп прироста	-2%	-16%	-14%
2016	12963.4	7862.2	61%
Темп прироста	-12%	-11%	1%
2017	15037	9449.2	63%
Темп прироста	16%	20%	4%
2018	20021.6	11911.7	59%
Темп прироста	33%	26%	-5%
2019	20853.3	11989.4	57%
Темп прироста	4%	1%	-3%
2020	20379.4	12907.1	63%
Темп прироста	-2%	8%	11%

**ФБ – федеральный бюджет*

По данным отчетов Федерального казначейства РФ [8], изменения доли налоговых поступлений после внесения изменений в налоговое

законодательство РФ незначительны и соответствуют тенденции его уменьшения, проходившего до внесения поправок.

Но если учитывать правительственные планы, то вносимые изменения должны были отразиться на состоянии бюджетной системы не в краткосрочном периоде, а с учетом текущей нестабильности в экономике, срок проявления положительных последствий от нововведений сдвинется. И возможно, что благодаря мерам по развитию и стабилизации экономики, изменения в налогообложении приведет к результатам, предусмотренным программой развития России до 2024 года.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Официальный сайт Федеральной Налоговой Службы – URL: https://www.nalog.ru/rn16/

2. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/

3. Проценко А.А. Повышение НДС в России: угроза благосостоянию населения или способ повышения уровня экономики страны? // МНСК-2019. Государство и право. Материалы 57-й Международной научной студенческой конференции. – Издательство: Новосибирский национальный исследовательский государственный университет (Новосибирск). 2019 год. – с. 48-49.

4. Тарасова И.В. Повышение ставки НДС: последствия для российской экономики. // Вестник Тульского филиала финуниверистета. – Издательство: Тульский филиал федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего профессионально образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», 2019 год. - № 1-2 – с. 74-76.

5. Митякова О.В. Повышение ставки НДС. // Экономика, политика, право: актуальные вопросы, тенденции и перспективы развития. Сборник статей IV Международной научно-практической конференции. – 2019 год. – с. 29-31.

6. Мазур Л.В. Налог на прибыль организации как инструмент стимулирования региональной экономики. // В сборнике: Социально-экономические и правовые аспекты развития России в XXI веке: риски и стратегии. Материалы Международной научно-практической конференции, приуроченной ко Дню российской науки 11-12 февраля 2020 г. – 2020 год. – с. 21-25.

7. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации – URL: https://minfin.gov.ru/ru/statistics/

8. Федеральное казначейство официальный сайт Казначейства России – URL: https://roskazna.gov.ru/ispolnenie-byudzhetov/federalnyj-byudzhet/

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИЙ

Попукалов О.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Налоги всегда являлись важной составной частью экономических отношений. Осуществление применения налогового механизма необходимо для того, чтобы оказывать экономическое воздействие на производство, его структуру и динамику.

Налог на прибыль организаций – это прямой налог, входящий в группу федеральных налогов. Его величина прямо зависит от финансовых результатов деятельности организации. Данный налог начисляется на прибыль организаций. Прибыль – положительная разница между суммой доходов и суммой расходов организации за налоговый период. Налоговый период – это период, по истечении которого заканчивается процесс формирования налоговой базы и определяется конечная сумма налога к уплате. По налогу на прибыль организаций налоговым периодом признается календарный год.

Плательщиками налога на прибыль организаций признаются:

- российские организации;
- иностранные организации, осуществляющие свою деятельность в Российской Федерации через постоянные представительства и (или) получающие доходы от источников в Российской Федерации;
- организации, являющиеся ответственными участниками консолидированной группы налогоплательщиков, признаются

налогоплательщиками в отношении налога на прибыль организаций по этой консолидированной группе налогоплательщиков;

- участники консолидированной группы налогоплательщиков, исполняют обязанности налогоплательщиков налога на прибыль организаций по консолидированной группе налогоплательщиков в части, необходимой для его исчисления ответственным участником этой группы [1].

Налоговой базой (рис. 1) по данному налогу признаётся денежное выражение прибыли организации. По прибыли облагаемой по различным ставкам, налоговая база рассчитывается раздельно.

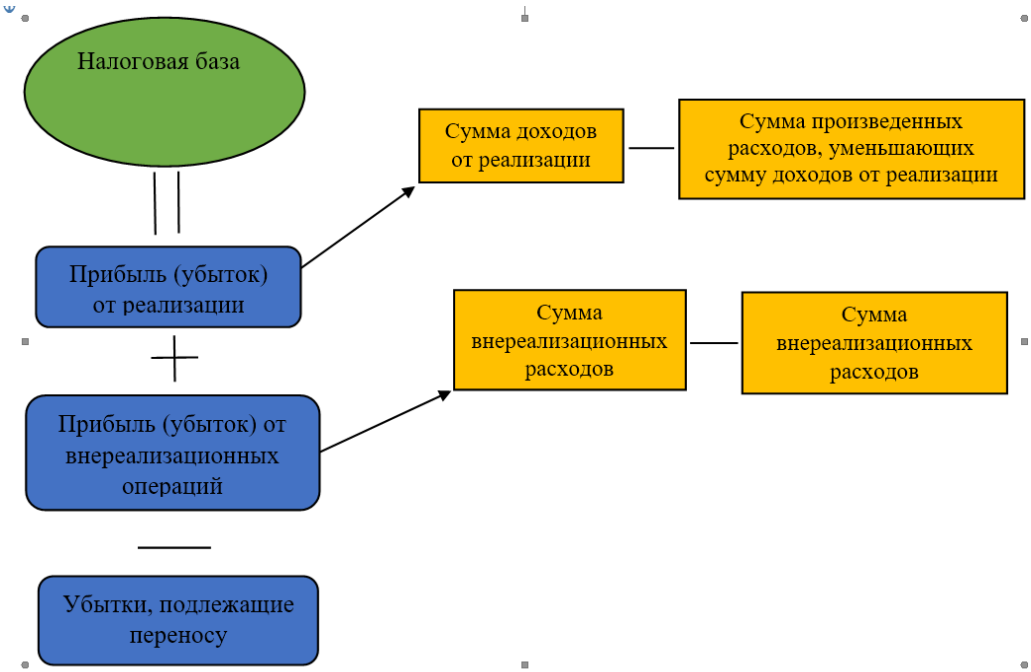


Рисунок 1. Схема расчета налоговой базы на прибыль организаций [2].

Рассмотрим в рамках нашей тематики структуру поступления основных налоговых доходов в бюджет Нижегородской области за три года для выявления региональных тенденций. Исполнение и структура доходной части бюджета Нижегородской области представлены на рис. 2 в виде диаграммы.

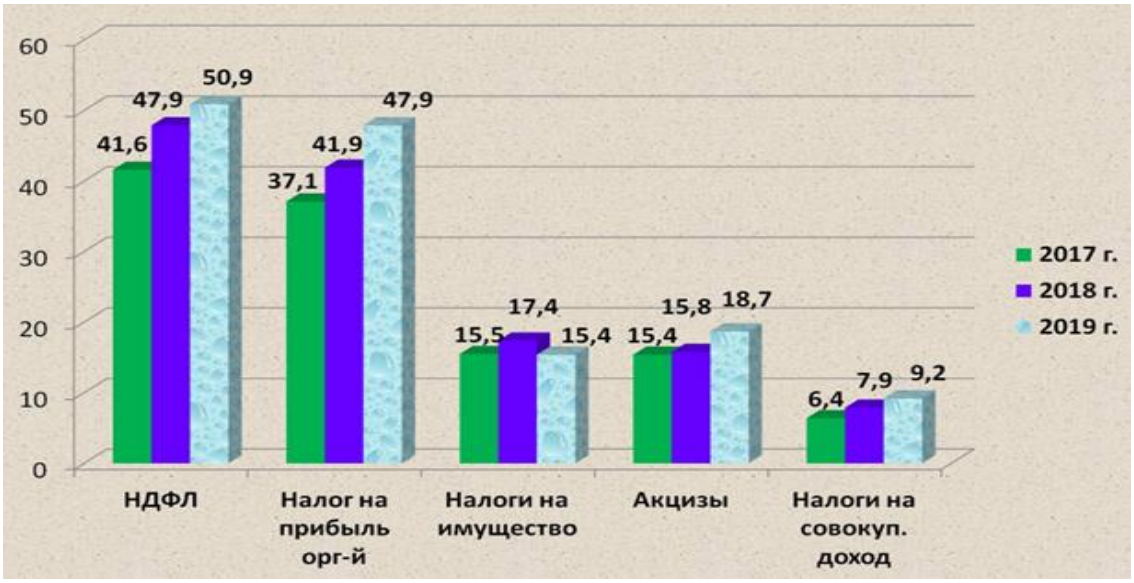


Рисунок 2. Основные налоговые дохода бюджета Нижегородской области за 2017-2019 гг. млн руб.

Источник: Бюджет для граждан [3].

Как видно из данных представленных на рис.2, поступления налога на прибыль организаций в период с 2017 г. до 2019 г. выросли:

- с 2017 г. по 2018 г. на 4.8 млрд. рублей, что составило 12.94%;
- с 2018 г. по 2019 г. на 6 млрд. рублей, что составило 14.32%;
- с 2017 г. по 2019 г. на 10.8 млрд. рублей, что составило 29.11%.

Отчет об исполнении доходов бюджета Нижегородской области за 2019 г. представлен на сайте Правительства Нижегородской области согласно требованиям Министерства финансов РФ (см. табл.).

Таблица

Исполнение доходов областного бюджета за 2019 г., млн руб.

Наименование дохода	исполнено в 2018 г.	уточненный план на 2019 г.	исполнено в 2019 г.	% исп. к уточненному плану в 2019 г.	% исп. 2019 г. к исп. 2018 г.
Доходы всего	161 430.9	177 452.0	179 584.7	101.2	111.2
Налоговые и неналоговые	134 420.2	143 028.1	146 185.7	102.2	108.8

доходы					
Налог на прибыль, доходы	89 840. 4	95 612.5	98 851.9	103.4	110.0

Источник: Бюджет для граждан [3].

Данные представленные в таблице показывают, что налоговые и неналоговые доходы увеличиваются в период с 2018 г. по 2019 г. Наблюдается тренд на превышение фактических доходов бюджета над плановыми, в 2019 г. показатель превышения составил 3.4%.

Темп прироста налоговых доходов областного бюджета:

1. В абсолютном выражении в сравнении 2019 г. / 2018 г. исполнено – 9011.5 млн. руб.
2. В относительном выражении 2019 г. / 2018 г. исполнено – 10.03%.

Можно заметить, что в 2019 г. по сравнению с планом показатель исполнения доходов областного бюджета по налогу на прибыль организаций (НПО) вырос на 3 239.4 млн. рублей, а в сравнении с предыдущим 2018 г. - на 9 011.5 млн. рублей. Из этого можно сделать вывод о положительной динамике поступления НПО в Нижегородской области.

Льготы по налогам и сборам представляют собой послабления, предоставляемые отдельным категориям налогоплательщиков. По-другому их называют скидками особого вида. Льготы позволяют снизить объем сумм налогов, уплачиваемые юр. лицами, также отсрочить обязательные платежи либо предоставить рассрочку на такие платежи.

Для стимулирования процесса производства в государстве, законодатель дает право организациям получать налоговые льготы по НПО [4]. Для налоговых льгот можно выделить критерии, которым они должны соответствовать:

1. Снижение ставок для определенных видов организаций;

2. Полное или частичное освобождения от уплаты налога на прибыль организаций определенных видов организаций;

3. Полное или частичное освобождение от налога на прибыль определенных видов деятельности и иные.

Далее перечислим льготы по налогу на прибыль организаций, установленные на период 2020 – 2021 гг.:

1. Льготы для образовательных и медицинских учреждений. Для данных организаций предусмотрена возможность использования нулевой ставки при исчислении налоговой базы.

2. Льготы для сельхозпредприятий. Предприятия сельхоз промышленности, отвечающие требованиям и критериям, установленным для данной отрасли, могут также воспользоваться нулевой ставкой по уплате налога на прибыль организаций.

3. Льготы для организаций сферы социального обслуживания. При соблюдении определенного ряда условий, организации работающие в данной отрасли и оказывающие услуги населению имеют право воспользоваться нулевой ставкой по налогу на прибыль организаций.

4. Льготы для IT- предприятий. С 2021 года вводятся льготы для данной отрасли и будут следующие льготные ставки НПО: 3% в федеральный бюджет и 0% в бюджет региона.

5. Льготы для участников особых зон. К примеру, льготной ставкой 0% при уплате НПО пользуются предприятия, которые осуществляют свою деятельность в свободной экономической зоне. Так же при этом могут быть и льготы в виде пониженной ставки по уплате в местный бюджет, но не ниже 13,5%.

6. Иные льготы, к примеру, льготы участникам региональных инвестиционных проектов и участникам проекта «Сколково». Также доступна льгота в виде нулевой ставки [5].

Подводя итоги, можно обобщить, что предприятия, занятые в социально-значимых, сельскохозяйственной, образовательных, медицинских

и IT отраслях, имеют право получить льготы по налогу прибыль организаций. Для того, чтобы воспользоваться правом на предоставление льготами таким организациям предстоит соблюсти ряд условий, а именно:

1. по числу персонала;
2. по получению соответствующих лицензий и сертификатов;
3. по обеспечению достаточного оборота от основной деятельности.

Помимо этого, льготы предусмотрены и для участников экономических зон (особых, свободных и прочих) и региональных инвестиционных проектов. Также для некоторых резидентов могут быть предложены и льготы по уплате налога на прибыль организаций в бюджет субъектов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 23.11.2020) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/ (дата обращения: 01.11.2020).
2. Налог на прибыль организаций. [Электронный ресурс] // Официальный сайт ФНС России. 52 Нижегородская область. – URL: https://www.nalog.ru/rn52/taxation/taxes/profitul/ (дата обращения: 01.11.2020).
3. Бюджет для граждан по отчёту об исполнении областного бюджета за 2019 г. [Электронный ресурс] // URL: http://mf.nnov.ru:8025/files/broshura/byudzhet_dlya_grazhdan_ob_isp._za_2019.pdf (дата обращения: 01.11.2020).
4. Семенова Н.Н. Налоговые льготы по налогу на прибыль организаций как инструмент стимулирования инвестиционной активности. [Электронный ресурс] // Издательский дом Финансы и Кредит, 2016. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/nalogovye-lgoty-po-nalogu-na-pribyl-organizatsiy-kak-instrument-stimulirovaniya-investitsionnoy-aktivnosti-1/viewer (дата обращения: 23.11.2020).
5. Налог на прибыль организаций в 2020-2021 годах по НК РФ [Электронный ресурс] // URL: https://nalog-nalog.ru/nalog_na_pribyl/raschet_ischislenie_naloga_na_pribyl/kakie_l_goty_po_nalogu_na_pribyl_organizacij_ustanovleny/ (дата обращения: 24.11.2020).

РОЛЬ БИОМЕТРИИ В СФЕРЕ КРЕДИТОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Саванина И.Р.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Сегодня на всех информационных площадках самой острой новостью остается распространение коронавирусной инфекции, которой в феврале 2020 года Всемирная организация здравоохранения присвоила официальное название COVID-19, а также введение ограничительных мероприятий. Пандемия оказала негативное влияние на макро и микроэкономику, в том числе экономику домохозяйств.

По данным Федеральной службы государственной статистики, среднедушевые денежные доходы населения по РФ в 2020 году заметно сократились по сравнению с аналогичным периодом прошлого года (см. табл.).

Таблица

Среднедушевые денежные доходы населения по РФ, руб. в месяц

Период	2019 год	2020 год	Отклонение, %
I квартал	30 243.00	31 518.00	+ 4.2
II квартал	34 513.20	32 655.00	- 5.4
III квартал	35 115.20	35 043.00	- 0.2
IV квартал	41 111.20	-	-

Источник: Федеральная служба государственной статистики [1].

Приведенные в таблице сведения демонстрируют, что основной экономический удар россияне пережили во II квартале (без учета данных за текущий квартал 2020 года). Кроме того, Росстат принял решение не опубликовывать ежемесячно информацию о динамике (падении) реальных доходов населения.

В условиях экономического и социального кризиса субъекты кредитования столкнулись с нехваткой средств для покрытия текущих расходов, падением продаж, снижением прибыли компаний, потерей рабочих мест и др. Получение доступного кредита юридическими и физическими лицами может решить на время проблему нехватки собственных средств. Для уменьшения кредитных рисков (риска невозврата) банки сосредоточили пристальное внимание на применении средств «цифрового банкинга». Тенденция сегодняшнего дня - дистанционная модель оказания услуг, в частности удаленная идентификация клиентов.

Биометрическая информация – это «сведения, характеризующие физиологические и биологические особенности человека, на основании которых можно установить его личность, и позволяющие оператору установить личность субъекта» [2]. К первым из них относят: отпечатки пальцев, радужную оболочку и сетчатку глаза, черты лица, геометрию ушных раковин, венозного рисунка ладоней и др., ко вторым (поведенческие черты): почерк, тембр голоса, походка, скорость набора текста на клавиатуре и др. [3].

С 2018 года в России начала свою работу Единая биометрическая система (ЕБС), оператором которой стал ПАО «Ростелеком», а органом регулирования - Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ. Отметим положительные и отрицательные аспекты функционирования ЕБС:

- положительные характеристики: снижение издержек на обслуживание клиентов и быстрота выполняемых операций; обработка двух типов биометрии, образующих совокупность признаков для идентификации; защита банковских систем от фрода; возможность дистанционного пользования ресурсами; доступность сервиса для граждан, проживающих в отдаленных регионах; использование биометрических образцов всеми банками, подключенными к ЕБС.

- отрицательные характеристики: обеспокоенность граждан за сохранность персональных данных; низкая осведомленность о технологии предоставляемых услуг; низкий процент подключенных банковских клиентов (по данным ПАО «Ростелеком» на январь 2020 года - 110 тыс. чел.); отсутствие со стороны практически всех банков рекламной кампании по продвижению биометрии на рынке; «двойственность» деятельности - сбор данных осуществляется одновременно и в ЕБС, и в собственные скоринговые системы банков; значительные затраты для технического развития ЕБС [4].

Таким образом, до момента вспышки коронавирусной инфекции процесс сбора биометрических данных в ЕБС нельзя было назвать «массовым явлением», однако пандемия кратно увеличила число пользователей: исходя из последних данных, на сегодняшний день в системе хранится около 150 тыс. образцов голоса и лиц, а за полгода по биометрии было предоставлено столько же услуг, сколько за прошедшие полтора года [5]. К числу ведущих банков, занимающихся активной работой с биометрическими данными, относятся: Сбербанк, ВТБ, Райффайзенбанк, Почта Банк, Альфа-банк и др.

Процесс удаленного обращения клиента в банк выглядит следующим образом: автоматизированная система предлагает уже зарегистрированному пользователю поднести к лицу камеру своего мобильного телефона или другого устройства и произнести фразу, предложенную системой. В случае совпадения голоса и фотографического изображения клиента с данными, хранящимися в ЕБС, пользователь получает доступ к финансовым услугам, предоставляемым любой кредитной организацией [6]. Данный процесс особенно актуален, когда первостепенно решается вопрос о максимально возможном снижении личного контакта между пользователями банковскими услугами, а также контакта с разными видами устройств и аппаратов общего пользования. К тому же преимущества дистанционного обслуживания клиента значительно увеличивают скорость предоставления услуг (до 5 секунд), гигиеничность и бесконтактность работы.

Однако с другой стороны, говорить о безоговорочном успехе внедрения ЕБС сегодня ещё рано.

Согласно ФЗ от 07.08.2001 № 115-ФЗ кредитные учреждения должны идентифицировать потенциальных пользователей на добровольной основе, при этом выбор необходимых для этого сведений и документов сохраняется за кредитной организацией [7]. На практике участились случаи пользовательских жалоб, связанных с тем, что при отказе клиента сдавать биометрию, он может рассчитывать только на лимитированный набор услуг («Почта Банк», банк «Открытие»). Кредитные организации аргументируют свою позицию тем, что при принятии оферты о заключении договора на открытие банковского счета, предусматривающего процедуру аутентификации, клиент автоматически соглашается и на сдачу биометрических данных, в частности, фотоизображений [8].

Население России активно использует гаджеты для получения услуг в электронном виде (свыше 67% граждан в возрасте от 12 лет), но для представителей старшего поколения (к примеру, пенсионеров) пользоваться такими возможностями затруднительно. В частности, необходимо регулярное обновление биометрии по причине постоянного изменения физиологических и биологических характеристик человека. Так же существенным недостатком биометрии является удаленная оценка платежеспособности клиента.

Остается до конца не изученным вопрос, связанный с точностью идентификации клиентов в условиях «масочного режима». В июне 2020 года специалисты National Institute of Standards and Technology (США) провели исследование на предмет того, как влияет ношение медицинских масок на точность распознавания лица человека [9]. Использовалось более шести миллионов фотоизображений, на которые накладывались маски разной формы и цвета. Выверенные алгоритмы должны были определить соответствие одного изображения другому. В результате даже лучшие 89 алгоритмов, распознающие в обычных условиях лица с точностью 99,7%,

при использовании масок ошибались в 5% случаев, у иных алгоритмов уровень ошибочности варьировался в пределах от 20% до 50%. Удалось установить, что на такой итог повлияла недостаточность информации об отличительных признаках идентифицируемых лиц: чем выше расположена маска в отношении уровня глаз, тем сложнее алгоритмам распознать фотоизображения. Отметим, что искажению при ношении маски может подвергаться и фоноскопическая информация.

Представим итоги нашего исследования в форме выводов и наблюдений:

- пандемия существенным образом повлияла на разработку и внедрение принципиально новых подходов к антикризисному управлению экономикой государств, не обойдя стороной и сферу кредитования;

- прогнозируется широкое использование биометрических технологий: по мнению ряда экспертов, ежегодный прирост составит 20,3% в период 2020-2027 годов [10];

- ЕБС является высоко технологичным информационным инструментом в условиях распространения инфекции, использование которой отвечает требованиям гигиеничности и бесконтактности, однако говорить о её массовом распространении в России рано;

- имеются правовые коллизии, в частности, при отказе клиента сдавать биометрию, в этом случае банки готовы предоставить лишь лимитированный набор услуг;

- дистанционная модель предоставления банковских услуг затруднительна для представителей старшего поколения (например, пенсионеров); все они входят в группу риска, и в случае личного визита в банк подвергают своё здоровье возможному инфицированию;

- ношение медицинских масок влияет на точность идентификации клиентов банка, возможен высокий уровень ошибочности;

- разработчики ЕБС отмечают среди её основных достоинств высокую степень надежности и защиты от киберпреступности, но общественность

обеспокоена риском утечки информации (подмена сканирующих устройств, копирование биометрического материала, перехват сигнала при передаче данных) и традиционно с недоверием относится к новой технологии и сервису.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Среднедушевые денежные доходы населения по Российской Федерации (новая методология). [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. – URL: https://www.finam.ru/analysis/scsone0157F/ (дата обращения: 22.11.2020).
2. Федеральный закон от 27.07.2006 «О персональных данных» N 152-ФЗ (ред. от 31.12.2017). [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/7336c78762a98b5f4f698b8c3800dca1111acc16/ (дата обращения: 22.11.2020).
3. Винникова И.С., Кузнецова Е.А. Особенности использования биометрических показателей при защите сбережений населения. [Электронный ресурс] // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». - 2016. - том 8. – №2. - URL: https://naukovedenie.ru/PDF/60EVN216.pdf (дата обращения: 19.11.2020).
4. Жильцова Ю.В., Саванина И.Р. Перспективы и проблемы развития Единой биометрической системы в сфере осуществления деятельности кредитными организациями. // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. - 2020. - №10. - С. 40-48.
5. С лица списано: оплату по биометрии запустят до конца года. [Электронный ресурс] // Audit-it.ru. – URL: https://www.audit-it.ru/news/finance/1021202.html (дата обращения: 24.11.2020).
6. Протасов П.А. Биометрия в банковской системе РФ. // Вестник Томского государственного университета. Экономика. - 2020. - № 49. - С. 141-148.
7. Федеральный закон от 07.08.2001 «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2020) N 115-ФЗ (ред. от 16.12.2019) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32834/92090ea7ec4b8b650767c3574b5483e5127baa30/ (дата обращения: 25.11.2020).

8. Вкладчиков обязали сдать биометрию. [Электронный ресурс] // Коммерсантъ. – URL: https://www.kommersant.ru/doc/4004133 (дата обращения: 26.11.2020).

9. NIST Launches Studies into Masks' Effect on Face Recognition Software. [Электронный ресурс] // National Institute of Standards and Technology. – URL: https://www.nist.gov/news-events/news/2020/07/nist-launches-studies-masks-effect-face-recognition-software?from=article_link (дата обращения: 27.11.2020).

10. Online-конференция «Биометрия против пандемии #btechday» 07.07.2020. [Электронный ресурс] // ФИНАМ.ru. – URL: https://www.finam.ru/analysis/scsone0157F/ (дата обращения: 27.11.2020).

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ COVID-19 НА ИСПОЛНЕНИЕ БЮДЖЕТА НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ ЗА 2020 ГОД

Свешникова Е.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В связи со сложившейся из-за пандемии ситуацией в России как никогда актуальным является вопрос об исполнении бюджетов в российских регионах. Проблемы в экономике затронут не только дотационно зависимые бюджеты, но и бюджеты финансово стабильных регионов, так, например, даже по бюджету города федерального значения Москва в 2020 году предполагается порядка трехсот миллиардов выпадающих доходов, что составляет примерно 11 % от общей суммы доходов. Нижегородская область не является регионом полностью независимым от дотаций, но и не входит в перечень регионов с неустойчивыми бюджетами. Поэтому будет интересно изучить возможные последствия пандемии для бюджета данного региона.

COVID-19 существенно повлиял на экономику Российской Федерации (РФ) и на экономическую ситуацию во всём мире. Если раньше уровень безработицы и темпы роста экономики были в пределах нормы, то сейчас рост экономики снижается, а количество безработных растёт.

В целях исследования был проведен анализ:

1) доходных статей бюджета Нижегородской области;

2) роста и прироста коэффициентов исполнения бюджета региона за период 2019-2020гг. (с января по август);

3) коэффициентов автономии и финансовой зависимости за период 2019-2020гг. (с января по август).

В таблице проведен анализ исполнения бюджета в динамике за январь-август 2019 и 2020 годов.

Таблица

Динамика доходов бюджета Нижегородской области, млн руб.

Показатель	План на 1 авг. 2019	Исполнено на 1 авг. 2019	% исполнения	План на 1 авг. 2020	Исполнено на 1 авг. 2020	% исполнения	Динамика исполнения
Доходы бюджета - Итого	171 540.79	98 316.43	57.31	194 262.02	110 490.58	56.88	0.12
Налоговые доходы:	135 411.12	84 096.13	62.10	142 376.99	81 039.99	56.92	-0.04
Налоги на прибыль	43 139.01	30 493.20	70.69	48 180.66	30 215.30	62.71	0.01
НДФЛ	49 137.28	27 842.03	56.66	49 941.76	27 382.66	54.83	-0.02
Налоги на имущество	17 181.43	8 389.88	48.83	15 234.09	7 432.54	48.79	-0.11
Налог на совокупный доход	8 701.32	6 520.72	74.94	6 858.27	4 709.92	68.68	-0.28
Прочие	17 252.07	10 850.29	62.89	22 162.21	11 299.56	50.99	0.04
Неналоговые доходы	2 853.64	1 547.00	54.21	2 619.71	1 120.11	42.76	-0.28
Доход от использования имущества. находящегося в государственной и муниципальной собственности	276.53	279.83	101.19	293.67	112.20	38.21	-0.59

Платежи при пользовании природными ресурсами	556.75	297.93	53.51	535.61	257.95	48.16	-0.13
Доход от продажи материальных и нематериальных активов	75.29	51.53	68.43	3.07	6.57	214.29	-0.87
Штрафы. санкции. возмещение ущерба	1 933.00	907.74	46.96	1 774.59	732.80	41.29	-0.19
Прочие +	12.07	9.97	82.62	12.78	10.59	82.88	0.06
Безвозмездные поступления	33 181.74	12 492.00	37.65	49 026.54	28 081.95	57.28	1.25
Дотации	6 542.91	3 816.69	58.33	8 989.54	10 336.38	114.98	1.71
Субсидии	11 044.18	2 810.36	25.45	19 876.08	6 942.05	34.93	1.47
Субвенции	7 463.84	4 070.35	54.53	9 729.66	5 661.07	58.18	0.39
Иные межбюджетные трансферты	6 992.33	879.70	12.58	9 513.55	4 589.07	48.24	4.22
Прочие безвозмездные поступления	1 138.48	914.91	80.36	917.72	553.39	60.30	-0.39

Согласно таблице можно сделать вывод, что в среднем за период 8 месяцев 2019-2020 гг. исполнение доходной части бюджета Нижегородской области находится на уровне 56,9%. По сравнению с 2019 годом в 2020 году наблюдается незначительное снижение коэффициента исполнения по:

- НДФЛ (с 56,66% до 54,83%),
- налогу на имущество (с 48,83% до 48,79%),
- налогу на совокупный доход (с 74,94% до 68,68%),
- доходам от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности (со 101,19% до 38,21%),
- платежам от использования природных ресурсов (с 53,51% до 48,16%),

- штрафам, санкциям и возмещениям ущерба (с 46,96% до 41,29%).

По остальным доходным статьям наблюдается рост коэффициента исполнения.

Исходя из полученных данных можно сделать следующие выводы по бюджету:

✓ процент исполнения в 2020 году снизился по сравнению с предыдущим годом:

- по всем видам дохода (56,88% против 57,31%),
- по налоговым доходам (56,92% против 62,10%),
- по неналоговым доходам (42,76% против 54,21%).

✓ процент исполнения по безвозмездным поступлениям повысился по сравнению с предыдущим годом (57,28% против 37,65%).

В итоге, по процентам исполнения положительная динамика наблюдается только по безвозмездным доходам.

Что касается коэффициента автономии по бюджету Нижегородской области, то в 2019 году он составляет 87,11%, а в 2020 году 74,36%, коэффициент финансовой зависимости в 2019 году составляет 12,71%, а в 2020 году 25,42%. По этим показателям наблюдается отрицательная динамика, что говорит нам об отрицательном влиянии COVID-19 на бюджет Нижегородской области и повышении зависимости от межбюджетных трансфертов.

Соответствующая динамика прослеживается и в новом бюджете на 2021 год, проект закона которого принят Законодательным собранием Нижегородской области 26 ноября 2020г. Бюджет планируется дефицитным на 15 млрд. рублей, что непременно повлечет снижение коэффициента автономии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Качанова Е.А., Маточкин Р.В., Чевтаева Н.Г. Об оценке эффективности организации бюджетного процесса на территории субъекта РФ в условиях ограниченных финансовых ресурсов // Вопросы управления. – 2016. – № 6 (43). – С. 144-153.
2. Наслунга К.С. Региональный бюджет: современное состояние и проблемы // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 7 (84). – С. 1207-1210.
3. Сайт Министерства финансов Нижегородской области. – Режим доступа: URL: http://mf.nnov.ru/ (дата обращения 28.11.2020).

ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ ОПЫТ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СОЛИДАРНЫМ НАЛОГОМ В ГЕРМАНИИ НОВОГО ВРЕМЕНИ

Синякова П.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Экономика Федеративной республики Германии представляет собой крупнейшую, наиболее устойчивую и конкурентоспособную экономику в Европе [1]. Согласно подсчетам американской компании финансовой информации Bloomberg, в 2019 году Германия стала страной с самой инновационной экономикой в мире [2]. Немецкое правительство не имело новых долгов с 2014 по 2019 гг. благодаря необычайно длинному циклу роста, рекордно высокой занятости и значительным налоговым доходам.

Одним из факторов достижения подобных успехов стала эффективная система налогообложения высокого качества. Примерно 80% доходной части бюджета ФРГ составили налоги. Налоговая система состоит из трёх уровней: федеральные налоги (около 48% налоговых поступлений), налоги с 16-ти федеральных земель (земельный) и местные налоги. В рамках налоговой системы происходит перераспределение сборов по регионам с разным уровнем доходов. Наименее экономически развитые земли получают государственные дотации.

«Проведя параллель с Россией, можно заметить, что налоговая система федеративной Германии основана, как и российская, на принципе множественности налогов (их около 50 видов). В России также большую часть бюджетных доходов обеспечивают налоги (примерно 80 %). Как и в Германии, налоги в РФ подразделяются на федеральные, региональные и местные, которые в свою очередь поступают в разных пропорциях в различные бюджеты. Многие виды налогов Германии перекликаются с налогами России. В ФРГ используется прогрессивная система налогообложения. В РФ с 01.01.2021 г. вводится двухступенчатая прогрессивная шкала налогообложения НДФЛ физических лиц. Но в отличие от России в Германии применяется как вертикальное, так и горизонтальное выравнивание доходов» [3]. Также насчитывается больше видов налогов, и большинство из них имеют свою специфику, приобретенную в ходе исторического процесса. Среди них, например, налог на солидарность.

После падения Берлинской стены и воссоединения республики в 1990 г. появился уникальный налог на солидарность в целях сглаживания разрыва в уровне развития западных и восточных земель, финансирования объединения Германии и участия в войне в Персидском заливе. Руководство ФРГ пришло к выводу, что для выравнивания экономического развития двух бывших республик, в первую очередь, требуются крупные финансовые вложения в инфраструктурные проекты. Средства для этого планировалось брать с нововведенной солидарной надбавки. Изначально налог действовал один год и составлял 7,5% с суммы выплаченного налога на доходы физических и юридических лиц. Однако в 1995 г. правительство вновь ввело налог. После снижения ставки в 1998 г. налогоплательщики должны были платить дополнительный налог (5,5%) со своих ежегодных корпоративных и индивидуальных налоговых счетов в счет налога солидарности. В таком виде он существует и настоящее время - в 2020 г. Правовую основу налога составляет Пакт о солидарности 1995 г., срок действия которого в 2004 г. был продлен до 2019 г. [4]. Налог является дополнительным и зачисляется в

федеральный бюджет. Его обязаны платить физические лица, относящиеся к первому, второму, четвёртому и пятому налоговым классам, у которых подоходный налог за год составляет более 972 евро, а также лица третьего класса (семейные пары с низким заработком) с подоходным налогом более 1944 евро [5]. То есть, основанием для применения солидарной надбавки является уровень доходов в евро. Сейчас его платят примерно 90% всего занятого населения страны.

По итогам 2018 г. поступления в бюджет от налога на солидарность составили 18,9 млрд. евро, а в целом с 1995 г. солидарный налог привлёк 331 млрд. евро для Восточной Германии, но правительство потратило только 243 млрд. евро. Поскольку предполагалось, что налог солидарности будет представлять собой краткосрочную надбавку или дополнительный налог сверх обычных подоходных налогов, долгосрочный немецкий налог солидарности подвергался проверке на предмет его неконституционности [6]. В течение многих лет велись политические дебаты о том, следует ли отменить надбавку солидарности, включая несколько судебных процессов в Федеральном конституционном суде по поводу законности налога. Разнообразные общественные структуры постоянно поднимали тему его отмены, так как цели, на которые первоначально планировалось направлять собранные средства, давно устарели, а вторая версия Пакта солидарности утратила силу в 2019 г. [7]. Более того с 2012 г. правительство Германии собирает с налога больше денежных средств, чем тратит на развитие восточных земель, успешно распределяя эти суммы по другим статья расходов (см. рис.). По результатам опроса 2017 г., 79% немцев были убеждены, что взимать налог уже нецелесообразно, так как восточная часть Германии успешно завершила процесс интеграции с ФРГ, а война в Персидском заливе закончилась.

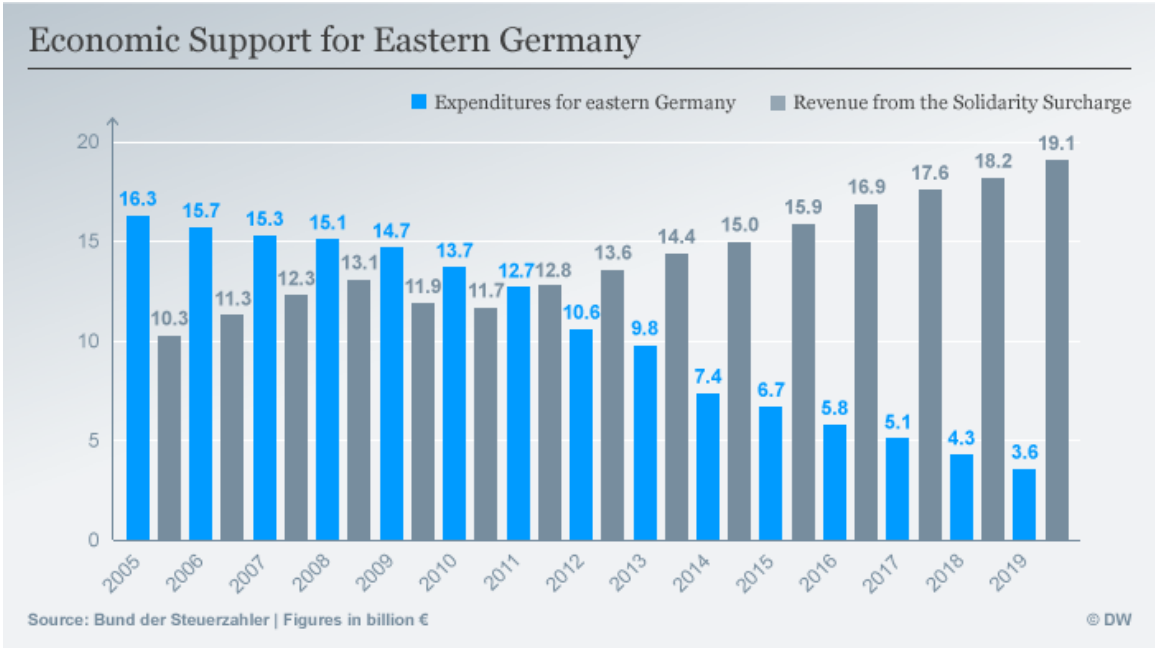


Рисунок. График доходов и расходов средств с солидарного налога

Источник: Kagan J. Solidarity Tax [8].

Учитывая истечение срока Пакта солидарности с 04.06.2019 г., Федеральная счётная палата Германии опубликовала отчёт, где осветила правовые и финансовые аспекты планируемого сокращения надбавки за солидарность со стороны правительственной коалиции. Было заявлено, что сокращение будет постепенным, главным образом, направленным на облегчение налогового бремени для налогоплательщиков с малым и средним доходом. Для быстрой отмены налога должны быть предусмотрены необходимые резервы в новом финансовом плане с 2019 по 2023 гг. [9]. «Согласно решению Бундестага, от уплаты этого налога освободят примерно 90% налогоплательщиков с 2021 года. Еще 3,5% будут по-прежнему платить его в полном объеме, а 6,5% - частично, в зависимости от уровня доходов» [10-12]. От налога будут полностью освобождены семьи с двумя детьми, имеющие совокупную годовую зарплату до 151 тыс. евро, а также одинокие граждане с доходом ниже 73 тыс. евро. Продолжая облагать налогом 10 % населения с уровнем дохода выше среднего, федеральное правительство планирует избежать дефицита в бюджете в кризисный период, вызванный COVID-19. Представленные меры позволят средней немецкой семье

сэкономить примерно 500 евро в год. Более того, почти полная отмена солидарной надбавки окажет положительное влияние на немецкую экономику. Люди с низкими и средними доходами будут иметь больше денег на своих банковских счетах, а их более высокие чистые доходы укрепят внутренний спрос. Многие самозанятые лица и владельцы малого бизнеса также будут освобождены от уплаты налогов, что создаст стимул для инвестиций и создания новых рабочих мест.

Таким образом, мы приходим к выводу, что введение налога на солидарность внесло весомый положительный вклад в развитие экономики Германии. Новый источник доходов позволил Правительству ФРГ добиться большого прогресса в выравнивании уровня благосостояния западной и восточной республик. Продвинувшись в достижении поставленных целей и учитывая мнение населения, руководство Германии приступило к постепенной отмене принятых мер, тем самым реализуя общую стратегию социально справедливой и благоприятной для экономического роста налоговой политики развитого государства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Официальный сайт Торгово-промышленной палаты РФ в ФРГ [Электронный ресурс] // URL: https://germany.tpprf.ru/ru/about_germany/Economy_of_Germany/ (дата обращения 24.11.2020).

2. Jamrisko M., Lu W. Germany Breaks Korea’s Six-Year Streak as Most Innovative Nation. [Электронный ресурс] // Официальный сайт информационного агентства Bloomberg. - URL: https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-01-18/germany-breaks-korea-s-six-year-streak-as-most-innovative-nation (дата обращения 24.11.2020).

3. Налоговая система Германии. [Электронный ресурс] // URL: http://worldtaxes.ru/nalogi-v-evrope/nalogovaya-sistema-germanii/ (дата обращения 24.11.2020).

4. Solidaritätszuschlaggesetz (SolZG) // Официальный сайт Федерального министерства юстиции и защиты прав потребителей и Федерального ведомства юстиции, предоставляющий действующее федеральное законодательство Германии в интернете

[Электронный ресурс] // URL: https://www.gesetze-im-internet.de/solzg/BJNR113180991.html (дата обращения 25.11.2020).

5. Einkommensteuergesetz (EStG) // Официальный сайт Федерального министерства юстиции и защиты прав потребителей и Федерального ведомства юстиции, предоставляющий действующее федеральное законодательство Германии в интернете [Электронный ресурс] // URL: http://www.gesetze-im-internet.de/estg/BJNR010050934.html (дата обращения 25.11.2020).

6. Kagan J. Solidarity Tax. // URL: https://www.investopedia. com/terms/s/solidarity-tax.asp (дата обращения 25.11.2020).

7. Кризистан Как брать налоги с налогов? Опыт Германии. [Электронный ресурс] // URL: https://zen.yandex.ru/media/crisis/kak-brat-nalogi-s-nalogov-opyt-germanii-5bbbef9846547a00aaa8a740 (дата обращения 26.11.2020).

8. German government moves to end 'solidarity tax' for eastern Germany [Электронный ресурс] // URL: https://www.dw.com/en/german-government-moves-to-end-solidarity-tax-for-eastern-germany/a-49983217?maca=en-rss-en-all-1573-xml-mrss (дата обращения 26.11.2020).

9. 2019 BWV-Gutachten - Abbau des Solidaritätszuschlags. [Электронный ресурс] // URL: https://www.bundesrechnungshof.de/de/veroeffentlichungen/ produkte/gutachten-berichte-bwv/berichte/sammlung/solidaritaetszuschlag/2019-bwv-gutachten-abbau-des-solidaritaetszuschlages (дата обращения 26.11.2020).

10. Германия с 2021 года отменит "налог солидарности" с ГДР для большинства жителей. [Электронный ресурс] Официальный сайт независимого информационного агентства Интерфакс // URL: https://www.interfax.ru/russia/684375 (дата обращения 24.11.2020).

11. Карибян Э.П. Опыт применения социально-ориентированного налогообложения доходов физических лиц в Германии [Электронный ресурс]. // ЭТАП. 2018. - №6. - С. 144. - URL: https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-primeneniya-sotsialno-orientirovannogo-nalogooblozheniya-dohodov-fizicheskih-lits-v-germanii (дата обращения: 24.11.2020).

12. Cabinet approves near-complete abolition of solidarity surcharge. [Электронный ресурс] // URL: https://www.bundesfinanzministerium.de/ Content/EN/Pressemitteilungen/2019/2019-08-21-solidarity-surcharge.html (дата обращения 26.11.2020).

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ СОЗДАНИЯ РЕЗЕРВОВ ПОД СНИЖЕНИЕ СТОИМОСТИ МАТЕРИАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ

Спиридович Е.Т.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время бухгалтерская финансовая отчетность является информационной базой для широкого круга пользователей: государственных органов, собственников, кредиторов, арбитражных управляющих и судебных экспертов и др.

В XXI веке завершился процесс гармонизации финансовой отчетности на международном уровне путем применения в разных странах стандартов МСФО. МСФО устанавливают единые принципы для внешнего предоставления финансовой отчетности.

Проблема формирования резервов под снижение стоимости материальных ценностей является достаточно актуальной для финансового учета, так как резервы создаются для наиболее точного отражения стоимости материальных ценностей в финансовой отчетности (балансе) и расширения ее аналитических возможностей.

Создание резерва под снижение стоимости материальных ценностей в российском бухгалтерском финансовом учете соответствует реализации международного принципа осмотрительности (осторожности) и нормам международного стандарта «Запасы» (IAS 2) [1]. Согласно правилам бухгалтерского учета резервы создаются вне зависимости от финансового результата деятельности организации для того, чтобы обеспечить принцип осмотрительности в соответствии с Положением по бухгалтерскому учету «Изменения оценочных значений» (ПБУ 21/2008) [2] и Положением по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» ПБУ 5/01 [3]. Таким образом, коммерческая компания должна быть более готова к

признанию в учете расходов и обязательств, чем к признанию возможных доходов и активов, не допуская создания скрытых резервов.

Оценочные резервы, в бухгалтерском финансовом учете используются как один из приёмов для уточнения оценки отдельных статей баланса, за счет чего значительно возрастает достоверность и качество финансовой отчетности в организациях. Создание оценочных резервов должно быть предусмотрено в учетной политикой организации для целей ведения бухгалтерского учета. В такой учетной политике находят отражение следующие элементы:

- объекты резервирования;
- выбор методов их оценки;
- порядок расчета суммы резерва;
- моменты создания, использования и восстановления резерва.

Методика и детальный порядок формирования резервов под снижение стоимости материальных ценностей могут утверждаться и разрабатываться внутренними нормативными документами компаний.

Также в учетной политике необходимо закрепить период создания резерва: ежеквартально или один раз в год перед составлением годовой отчетности. Как правило, организации создают резерв один раз в год.

Резервы под снижение стоимости материальных ценностей применяют как метод коррекции стоимости в следующих случаях:

- значение рыночной (текущей) стоимости по состоянию на отчетную дату ниже фактической себестоимости приобретения этих ценностей на момент их принятия к учету, если запасы морально устарели,
- значение рыночной (текущей) стоимости по состоянию на отчетную дату ниже фактической себестоимости приобретения этих ценностей на момент их принятия к учету, если запасы потеряли свои первоначальные свойства;
- текущая рыночная стоимость продажи запасов снизилась.

Убытки организаций, которые связаны со снижением стоимости материальных ценностей или их обесценением, отражаются в бухгалтерском учете в тот отчетный период, в котором выявлены обстоятельства, вызывающие снижение стоимости запасов. Стоит отметить, что на состояние запасов могут оказывать влияние различные внешние и внутренние факторы, например, в торговле пищевые продукты могут испортиться из-за несоблюдения условий хранения или окончания срока годности. Согласно п.5 ПБУ 5/01 материально-производственные запасы, которые полностью или частично потеряли своё первоначальное качество, морально устарели, либо если их текущая рыночная стоимость продажи снизилась, отражаются в бухгалтерском балансе на конец отчетного года за вычетом резерва под снижение стоимости материальных ценностей [3]. Резерв под снижение стоимости материальных ценностей образуется за счет финансовых результатов компании на величину разницы между текущей рыночной стоимостью и фактической себестоимостью материально-производственных запасов, если последняя выше текущей рыночной стоимости. Исходя из этого в случае, если решение о списании морально устаревших материально-производственных запасов не принимается в течении года, то есть такие материалы остались на складе на конец года, компании необходимо создать соответствующий оценочный резерв. Правила бухгалтерского учета определяют, что расчет текущей рыночной стоимости материально-производственных запасов проводится компанией на основе данных, доступных до даты подписания бухгалтерской отчетности.

Необходимо отметить, что существует ряд проблемных вопросов, из-за чего организации отказываются создавать резервы под обесценение материальных ценностей. Перечислим основные из них:

1. в Налоговом кодексе Российской Федерации, в главе 25 не предполагается создание каких-либо резервов под обесценение запасов [4]. Поэтому величина резерва не учитывается при налогообложении налогом на прибыль. На практике многие организации игнорируют нормы

формирования резерва под снижение стоимости материальных ценностей в бухгалтерском учете, чтобы избежать в дальнейшем образования разниц между налоговым и бухгалтерским учетом и увеличения трудозатрат бухгалтера;

2. в настоящий момент не имеется унифицированных методических указаний для того, чтобы производить расчет сумм отчислений в резервы под снижение стоимости запасов, что может вызывать ошибки и неточности;

3. резервы – это регулирующие статьи, они обязаны корректировать величину запасов, а, следовательно, и активов в балансе. Создание подобных резервов может уменьшить валюту баланса, что негативно отразиться на финансовом состоянии компании.

Из ПБУ «Расходы организаций» 10/1999 п. 4 следует, что резервы под снижение стоимости материальных ценностей нужно считать расходами отчетного периода, а в соответствии с п. 11 того же ПБУ 10/99 они учитываются в составе именно прочих расходов [5]. Формирование резерва должно быть отражено бухгалтерской записью по дебету счета 91 «Прочие доходы и расходы» и кредиту счета 14 «Резервы под снижение стоимости материальных ценностей» [6].

В п. 20 Методических указаний по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов говорится о том, что резерв под снижение стоимости материальных ценностей нужно обязательно восстановить в случаях, когда:

1) при дальнейшем увеличении текущей рыночной стоимости запасов, обесценение по которым было ранее признано, соответствующая часть резерва относится в уменьшение стоимости материальных расходов;

2) резервы относятся на прочие доходы организации по мере отпуска запасов, относящихся к ним [2].

Мы поддерживаем рекомендации Ахмедзяевой Ф.Н. и Салиховой Ю.Р. [7] по внесению изменений в Методические указания по учету материально-

производственных запасов с учетом введения нового федерального стандарта по учету запасов:

- во-первых, повышение текущей рыночной цены запасов должно компенсировать ранее признанные убытки от обесценения запасов, при учете их обесценения ранее. Исходя из этого, списание резерва в таком случае можно было бы относить на прочие доходы организации, а не на уменьшение величины материальных расходов. Такой подход к учету операций формирования убытка от обесценения запасов и дальнейшего его восстановления соответствует общей концепции МСФО в отношении учета обесценения активов,

- во-вторых, при отпуске запасов в производство или ином выбытии (на счета учета затрат или расходов) необходимо списывать, не себестоимость запасов, которая отражается в учете, а сразу их балансовую стоимость с учетом ранее признанного обесценения. Такой вариант учета может повысить достоверность отражения показателей доходов и расходов компании в отчете о финансовых результатах. В данном варианте запасы должны будут списываться не по себестоимости, а по их балансовой стоимости с уже учетом ранее признанного обесценения. Таким образом, при таком подходе не должно происходить завышение затрат на производство, а также завышение себестоимости готовой продукции и расходов по обычным видам деятельности компании.

В 2020 г. учет запасов уже может вестись на основании нового стандарта - ФСБУ 5/2019 «Запасы» [8]. Установлено, что организации могут применять нормы ФСБУ 5/2019 «Запасы», начиная с бухгалтерской (финансовой) отчетности за 2021 год. ФСБУ 5/2019 вводит новое понятие в учет запасов – чистая стоимость продажи взамен текущей рыночной стоимости. То есть, ФСБУ 5/2019 в ближайшие год-два изменит порядок оценки запасов после признания и порядок восстановления резерва, что вызовет у практиков новые трудности и проблемы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 2 «Запасы» (введен в действие для применения на территории РФ приказом Минфина России от 28.12.2015 №217н). [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. - URL: http: //www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_193532/ (дата обращения: 26.11.2020).

2. Положение по бухгалтерскому учету «Изменения оценочных значений» (ПБУ 21/2008). [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. - URL: http://www.consultant.ru/ document \/cons_doc_LAW_81164/ (дата обращения: 27.11.2020).

3. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных» (ПБУ 5/01). [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_3619/ (дата обращения: 26.11.2020).

4. Налоговый Кодекс Российской Федерации. Часть II от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 23.11.2020 №374ФЗ). [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. - URL: http://www.consultan.ru/document/cons_doc_LAW_28165/(дата обращения: 28.11.2020).

5. Приказ Минфина РФ от 06.05.1999 №33н. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99. [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. - URL: http: //www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12508/ (дата обращения: 29.11.2020).

6. Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкций по его применению: приказ Минфина РФ от 31.10.200 №94н. [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_29165/ (дата обращения: 29.11.2020).

7. Ахмедзяева Ф.Н., Салихова Ю.Р. Проблемы формирования резервов под снижение стоимости материальных ценностей [Электронный ресурс] // URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_3771515_87688119.pdf. (дата обращения: 29.11.2020).

8. Приказ Минфина России от 15.11.2019 № 180н ФСБУ 5/2019 «Запасы». [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. - URL: http://www.consultant.ru /document/cons_doc_LAW_348523/ (дата обращения: 29.11.2020).

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОЭФФИЦИЕНТНОГО АНАЛИЗА В ДЕЛАХ О БАНКРОТСТВЕ

Страхов В.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В связи с пандемией, вызванной коронавирусной инфекцией COVID-19, резко возросло количество граждан, включая индивидуальных предпринимателей, в отношении которых суд вынес решение о признании их банкротами. Так, согласно данным Единого федерального реестра сведений о банкротстве за январь-июнь 2020 года к несостоятельным было отнесено 42 718 граждан, в том числе индивидуальных предпринимателей, что на 47.2 % больше по сравнению с первой половиной 2019 года [1]. В целом с введения в 2015 году института банкротства граждан наметилась стремительная тенденция к увеличению с каждым годом лиц, объявлявшихся несостоятельными, чего нельзя сказать о компаниях (см. табл. 1).

Таблица 1.

Статистические сведения по количеству объявленных судом банкротств в отношении граждан и юридических лиц за 2015-2019 гг.

Субъекты	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Компании	13 044	12 549	13 541	13 117	12 401
Граждане, в т.ч. индивидуальные предприниматели	870	19 574	29 827	43 984	68 980
Общее количество	13 914	32 123	43 368	57 101	81 381

Анализ данных, представленных в таблице 1, выявил, что:

- за последние годы налицо снижение числа компаний, к которым было необходимо применять процедуру банкротства. Так, за январь-июнь 2020

года было зафиксировано всего лишь 4 502 случая признания организаций несостоятельными, что меньше на 1 581 случай или на 26% в относительных показателях по сравнению с аналогичным периодом 2019 года;

- общее число признанных банкротств за 5 лет увеличилось на 67 467, или на 82,9 %, что связано со стремительным ростом несостоятельных граждан или индивидуальных предпринимателей.

В США и странах Западной Европы также обращает на себя внимание неутешительная статистика по делам о банкротстве. Только за апрель-июнь 2020 г. в этих странах признали несостоятельными сразу 116 крупнейших компаний с оборотом более 50 миллионов евро. В сравнении с ситуацией 2019 года количество обанкротившихся компаний возросло почти в два раза [2].

В связи с нестабильной ситуацией и введением новых ограничений, стоит ожидать роста количества судебных дел, связанных с применением процедуры банкротства в отношении граждан, включая индивидуальных предпринимателей, а также организаций, что предопределяет актуальность выбранной темы.

Заметной фигурой в процессе о признании лиц банкротами является арбитражный управляющий, за которым закрепляется обязанность по проведению финансового анализа. Результаты, полученные по результатам анализа, могут в дальнейшем использоваться для формирования вывода о наличии или отсутствии признаков фиктивного или преднамеренного банкротства, за что предусмотрены уголовная и административная виды ответственности.

Действия арбитражного управляющего при проведении финансового анализа, а также перечень коэффициентов финансово-хозяйственной деятельности должника обозначены в Правилах проведения арбитражным управляющим финансового анализа, утверждённых Постановлением Правительства РФ от 25 июня 2003 г. № 367 (см. табл. 2) [3].

Таблица 2.

Коэффициенты, рассчитываемые арбитражным управляющим для выявления признаков банкротства

Коэффициенты платежеспособности	Коэффициенты финансовой устойчивости	Коэффициенты деловой активности
Коэффициент абсолютной ликвидности	Коэффициент автономии (независимости)	Рентабельность активов
Коэффициент текущей ликвидности	Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	
Показатель обеспеченности обязательств должника его активами	Доля просроченной кредиторской задолженности в пассивах	Норма чистой прибыли
Степень платёжеспособности по текущим обязательствам	Показатель отношения дебиторской задолженности к совокупным активам	

Законодатель закрепляет перечень этих коэффициентов, однако не упоминает о рекомендованных значениях. Отсутствуют подобные сведения и во Временных правилах проверки арбитражным управляющим наличия признаков фиктивного и преднамеренного банкротства, утверждённого Постановлением Правительства РФ от 27 декабря 2004 г. № 855 [4]. В данном документе содержится интересная формулировка для первого этапа выявления признаков преднамеренного банкротства, на котором определяется: есть ли существенное ухудшение значений двух и более коэффициентов? То есть, не определены следующие аспекты:

- интервал или предел такого снижения,

- будет ли считаться признаком банкротства снижение в рамках нормативных значений, известных из специальной учебной и научной литературы по финансовому анализу?

Отметим, что попытки установления нормативов для значений коэффициентов предпринимались неоднократно. Продемонстрируем это на примере анализа группы коэффициентов платёжеспособности, начав с коэффициента абсолютной ликвидности (Каб.л.). Этот показатель представляет собой не что иное, как отношение наиболее ликвидных оборотных активов (денежные средства, краткосрочные финансовые вложения) к текущим обязательствам должника (кредиторская задолженность и прочие краткосрочные обязательства) [5].

Другим значимым показателем в этой группе можно считать коэффициент текущей ликвидности (Кт.л.), или коэффициент общего покрытия, который рассчитывается путём деления ликвидных активов (фактическая стоимость всех оборотных средств, итог II раздела бухгалтерского баланса) на текущие обязательства должника (наиболее срочные обязательства за вычетом доходов будущих периодов, итог IV раздела – доходы будущих периодов) [5].

Нормативные значения для данных показателей колеблются в разных законодательных актах (см. табл. 3).

Таблица 3.

Сопоставление рекомендованных значений коэффициентов платёжеспособности в различных нормативных актах

Наименование нормативного акта	$К_{аб.л.}$	$К_{т.л.}$
Методологические рекомендации по проведению анализа финансово-хозяйственной деятельности организаций, утверждённые Госкомстатом РФ 28.11.2002 г. [6]	20 %	200%
Постановление Правительства	От 0.2 до 0.5	От 1.2 до 2 в зависимости

РФ от 30 января 2003 г. № 52 «О реализации Федерального закона «О финансовом оздоровлении сельскохозяйственных товаропроизводителей» [7]	в зависимости от групп с/х товаропроизводителей, выделяемых по степени платёжеспособности	от групп с/х товаропроизводителей, выделяемых по степени платёжеспособности
Приказ Минэкономразвития РФ от 21.04.2006 N 104 «Об утверждении Методики проведения Федеральной налоговой службой учета и анализа финансового состояния и платежеспособности стратегических предприятий и организаций» [8]	-	≥1 для объекта учета группы 1; ≤1 для объекта учёта группы 2 (группы различаются степенью платёжеспособности)

Из анализа таблицы 3 следует:

- в законодательных источниках отсутствует единообразие установления рекомендуемых значений для коэффициентов платёжеспособности;

- заметна отраслевая направленность при выборе как перечня коэффициентов для финансового анализа, так и нормативных ограничений.

Стоит отметить, что и в научной литературе нет унифицированного подхода. Например, учёными экономистами предлагается считать рекомендуемым значение Каб.л. ≥ 0.2-0.5. Такая же ситуация наблюдается и с другим коэффициентом, для которого отводят нормативное значение либо Кт.л.≥ 2, либо Кт.л.≥ 1. Причём в законодательных источниках преимущество отдаётся значению - Кт.л ≥1. В научных источниках существует иная точка зрения. Например, А.Д. Шеремет и Е.А. Козельцева считают, что Кт.л. должен быть больше или равен 2 [9, с. 132].

Международная практика также не однозначна в отношении данных показателей, причем отсутствие единого значения объясняется различием

отраслевой принадлежности организаций. Например, в США для лёгкой промышленности Кт.л. должен быть не меньше 2.5, для пищевой промышленности – более 1.25, для машиностроения – не менее 1.1, а для торговли – начиная от 1.6 и выше [10].

Вопрос о том, стоит ли учитывать отраслевую принадлежность организаций при установлении рекомендованного значения показателей финансового состояниями, стоит остро. Федеральная служба государственной статистики (далее Росстат) представила перечень отраслей экономики из 25 пунктов (промышленность, сельское и лесное хозяйства, строительство, транспорт, связь, торговля, общественное питание и др.) [11]. И на официальном сайте данной службы представлена статистика значений коэффициента текущей ликвидности по отдельным видам экономической деятельности [12]. Так, например, для сельского и лесного хозяйств значение Кт.л. в 2020 г. составляет 186.92%, что меньше на 8.11 % по сравнению с 2019 г. В строительной отрасли значение Кт.л. за последние 4 года не превышало 132.43%. Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг в 2020 г. имеет показатель на уровне 172.13%. Средние статистические значения по всем крупным организациям РФ стабильно находятся в пределах нормы лишь в двух сферах: образования и государственного управления, в последней за первую половину 2020 г. Кт.л. составил рекордные 529.08 %.

В Российской Федерации в каждой из отраслей экономики формируются свои среднестатистические значения коэффициентов. Они постоянно разнообразятся и зависят, во многом, от экономической ситуации в государстве. За последний год наблюдается тренд на снижение степени платежеспособности крупных компаний, что вызвано экономическим кризисом на фоне введения ограничительных мероприятий в период пандемии. В связи с этим значения коэффициентов остаются крайне нестабильными.

На наш взгляд, основной причиной того, что только в отдельных, а не во всех нормативных актах РФ, установлены рекомендованные значения

показателей для оценки финансового состояния организаций, является все возрастающее число внутренних и внешних вызовов. Установление на законодательном уровне рекомендованных значений показателей для каждой из 25 отраслей экономики РФ, по нашему мнению, трудноосуществимая задача, поскольку отраслевой разброс значений коэффициентов разнообразен, и кроме того, закрепленное значение потребует корректировки на постоянной основе.

Таким образом, сформулируем основные факторы, которые препятствуют закреплению рекомендованных значений финансовых коэффициентов:

- специфика каждой отрасли экономики, происходящие в стране стремительные экономические изменения, ситуации непредвиденного характера (например, пандемия) делают сложной задачу по определению и установлению рекомендованных значений коэффициентов, характеризующих финансовое состояние организаций;

- отсутствие единообразия в инструментарии анализа банкротства.

В целом спорные аспекты в части значений нормативных ограничений могут существенным образом повлиять на вывод о наличии или отсутствии признаков банкротства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Единый федеральный реестр юридически значимых сведений о фактах деятельности юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и иных субъектов экономической деятельности. [Электронный ресурс] // Фед. ресурс. - URL: https://fedresurs.ru/ (дата обращения 24.11.2020).

2. Крупные банкротства захлестывают США самыми быстрыми темпами с мая 2009 года. [Электронный ресурс] // Jeremy Hill and James Crombie 28 мая 2020 г. Блумберг. Рынки. - URL: https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-05-28/big-bankruptcies-sweep-the-u-s-in-fastest-pace-since-may-2009 (дата обращения 23.11.2020).

3. Постановление Правительства РФ от 25.06.2003 N 367 «Об утверждении Правил проведения арбитражным управляющим финансового анализа». [Электронный

ресурс] // Консультант Плюс – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_42901/352ccd289bda7d9de50927c03d361f44b7a5160d/ (дата обращения 26.11.2020).

4. Постановление Правительства РФ от 27.12.2004 N855 «Об утверждении Временных правил проверки арбитражным управляющим наличия признаков фиктивного и преднамеренного банкротства». [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51004/ (дата обращения 22.11.2020).

5. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 N 127 ФЗ». [Электронный ресурс] // Консультант Плюс - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39331/ (дата обращения 18.11.2020).

6. «Методологические рекомендации по проведению анализа финансово-хозяйственной деятельности организаций» (утв. Госкомстатом России 28.11.2002)». [Электронный ресурс] // Консультант Плюс - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_142116/ (дата обращения 17.11.2020).

7. Постановление Правительства РФ от 30.01.2003 N 52 (ред. от 27.11.2014) «О реализации Федерального закона «О финансовом оздоровлении сельскохозяйственных товаропроизводителей». [Электронный ресурс] // Консультант Плюс - URL: http://www.consultant.ru/document /cons_doc_LAW_ 40814/ (дата обращения 25.11.2020).

8. Приказ Минэкономразвития РФ от 21.04.2006 N 104 «Об утверждении Методики проведения Федеральной налоговой службой учета и анализа финансового состояния и платежеспособности стратегических предприятий и организаций». [Электронный ресурс] // Консультант Плюс - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61032/ (дата обращения 27.11.2020).

9. Шеремет А.Д., Козельцева Е.А. Финансовый анализ: учебно-методическое пособие. -М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2020. - 200 с.

10. Алферов В.Н., Асташкина Т.А. Соколова Д.А. Сравнительный анализ российских и зарубежных финансовых коэффициентов // Стратегии бизнеса. - 2016. - № 5 - С. 3-10.

11. Перечень отраслей экономики. [Электронный ресурс] // Росстат. - URL: https://rosstat.gov.ru/bgd/free/B99_10/IssWWW.exe/Stg/d020/i020210r.htm (дата обращения 28.11.2020).

12. Финансы. [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. - URL: https://rosstat.gov.ru/folder/11192 (дата обращения 29.11.2020).

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ТРУДА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ, ВЫЗВАННОЙ COVID-19

Сушко И.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Распространение новой коронавирусной инфекции стало масштабным вызовом и для российской, и для мировой экономики. В начале 2020 г. введенные многими странами карантинные меры, направленные на борьбу с распространением пандемии, привели к существенным проблемам. Одной из них является изменение ситуации на рынке труда в худшую сторону.

Состояние рынка труда в России определяется состоянием национальной экономики в целом. Привычный облик рынка труда изменился: спрос на рабочую силу по многим профессиям резко сократился, выросло количество безработных, сократились заработки, увеличилась численность населения, проживающего «за чертой бедности», работников перевели на неполный рабочий день, отправили в неоплачиваемые отпуска, снизилась предпринимательская активность и как результат выросла социальная напряженность.

В 1 квартале 2020 г. ситуация оставалась достаточно стабильной, несмотря на первые ограничения, вводимые после того, как Всемирная организация здравоохранения объявила пандемией вспышку нового типа коронавируса COVID-19. За этим последовало частичное снижение внешнего спроса, изменчивость показателей на финансовых рынках и введение ограничений в области авиаперевозок и туризма во всем мире.

Темп роста российской экономики по итогам 1 квартала 2020 г. составил 1.8% год к году (1.3% в 2019 г.). Реальные заработные платы и реальные располагаемые доходы населения увеличились на 1.2% год к году и 0,9 % год к году соответственно (-1.8% в годовом выражении в 1 квартале

2019 г.), безработица достигла рекордно низких уровней (4.5% от рабочей силы в январе–марте) [1].

Во 2 квартале 2020 г., на который пришелся основной удар пандемического кризиса, темп роста российской экономики, сократился на 8% в годовом выражении, как следует из данных Росстата [2].

Реальные располагаемые доходы населения во 2 квартале 2020 года снизились на 8.0% год к году (после роста на 1.2% год к году в 1 квартале 2020). В среднем за январь–июнь 2020 г. безработица составила 6% от рабочей силы, по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года [3]. При этом регистрируемая безработица в текущем году росла опережающими темпами, по данным Минтруда России, численность безработных, зарегистрированных в органах службы занятости, на конец августа составила 2,7 млн. человек (по сравнению с 0.7 млн. человек в конце марта 2020 года) [2].

В 3 квартале 2020 г. суммарно, согласно последним данным Росстата, по итогам января-сентября 2020 г. реальные располагаемые доходы россиян снизились на 4.8% относительно 3 кварталу 2019 г. [4]. Численность зарегистрированных безработных составила 3.6 млн. человек, а общая численность безработных составила 4.7 млн. человек. Реальная заработная плата по сравнению с 3 кварталом 2019 г. снизились на 3.6% [4].

Специфика текущей рецессии связана с сжатием сектора услуг (включая транспорт и рекреацию). Степень сокращения экономической активности определена жесткостью и длительностью ограничений, а также характером государственной поддержки малого и среднего предпринимательства и нуждающихся слоев населения [5].

Меры экономической политики, направленные на сохранение занятости, позволили замедлить высвобождение рабочей силы, но не исключить полностью рост безработицы. Уровень безработицы в 2019 г. 3465 тыс. человек, что составлял 4.6% от общего числа безработных [6].

Рост безработицы связан с увольнениями в реальном и теневом секторе экономики, снижением потребительского спроса, падением доходов от предпринимательской деятельности, уменьшением зарплат работников. Согласно сведениям Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства РФ, количество индивидуальных предпринимателей на октябрь 2020 г. составляет 3 275 678 чел. (на январь 2020 г. - 3 388 195 чел.), а количество юридических лиц на октябрь 2020 г. - 2 343 837 (на январь 2020 г. - 2 528 711) [7].

Необходимо отметить, что более динамичный рост безработицы сопровождается динамичным ростом структурной безработицы, связанной с перераспределением рабочей силы между секторами экономики (в том числе постепенным сокращением количества низкопроизводительных рабочих мест, рост рабочих мест «удаленных профессий»).

Так же рост безработицы объясняется снижением численности постоянного населения. По оценкам Счетной палаты РФ, численность постоянного населения России на 1 августа 2020 г. составила 146.5 млн. человек, сократившись с начала года на 251.1 тыс. человек [8]. Ранее естественная убыль постоянного населения компенсировалась притоком мигрантов, но в связи с закрытием таможенных границ РФ он составил только 20.6% [8], что в конечном итоге негативно отразилось на рынке труда.

В январе-июле 2020 г. демографическая обстановка была неблагоприятной в целом: число умерших в 1.4 раза превысило число родившихся и составило 1 128.0 тыс. человек. В результате естественная убыль населения в январе-июле 2020 г. по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года возросла более чем на 30 % и составила 316.3 тыс. человек (в январе-июле 2019 г. – 209.7 тыс. человек) [8]. Таким образом, тренд на рост темпа убыли населения наблюдается пятый год подряд.

Государством были приняты различные меры поддержки населения. Так Постановлением Правительства РФ от 4.07.2020 г. № 980 были утверждены трансферты из федерального бюджета бюджетам субъектов

Российской Федерации для финансирования мероприятий по снижению напряженности на рынке труда субъектов, а также предусмотрены возмещения работодателям расходов на частичную оплату труда, пособий по безработице [9].

В то же время государственная поддержка заработных плат и дополнительные социальные выплаты не смогли полностью компенсировать снижение других компонентов доходов: от предпринимательской деятельности, от собственности, а также прочих доходов. Следует отметить, что на пути к реализации мер поддержки россияне сталкиваются с рядом трудностей.

Постановлением Правительства РФ от 8.04.2020 г. № 460 внесены изменения в Правила регистрации безработных граждан, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 7.09.2012 г. № 891 [10]. В целях поиска подходящей работы граждане обращаются в государственные учреждения службы занятости населения в дистанционной форме в период действия на территории субъектов РФ режима повышенной готовности в связи с угрозой распространения новой коронавирусной инфекции.

Из-за введения дистанта граждане сталкиваются с проблемами, препятствующими регистрации в качестве безработного. Ответы из Пенсионного фонда на запросы граждан могут прийти ошибочными или неполными, что увеличит время ожидания. Другая проблема связана с тем, что пособие по безработице назначается только по официальному месту жительства, но у многих граждан адрес места регистрации не совпадает с местом фактического проживания. Решение данной проблемы невозможно урегулировать в дистанционном формате, так как обращение с запросом в МВД в электронной форме подачи заявления не предусмотрено. Также вызывают проблемы и другие индивидуальные факторы: наличие несовершеннолетних детей, запись в трудовой книжке (например, статья ТК РФ, по которой был уволен гражданин). Все перечисленные проблемы

увеличивает время ожидания присвоения официального статуса безработного и назначения пособия.

Несмотря на напряженную обстановку на рынке труда, Правительство Российской Федерации в официальном прогнозе социально-экономического развития ожидает, что реальные располагаемые доходы населения уменьшатся на 3% по итогам 2020 г., а в следующем году вырастут на 3% и сохранят положительную динамику выше 2% в 2022–2023 годах [11]. Стоит заметить, что в документе не упоминается о второй волне коронавирусной инфекции, поэтому можно с уверенностью говорить, что прогноз излишне оптимистичен и амбициозен с учетом того, что в четвертом квартале 2020 г. и в 2021 г. уже продлены карантинные ограничения.

По нашему мнению, напряженная обстановка на рынке труда не может измениться в лучшую сторону в ближайшее время, поэтому необходим долгосрочный комплекс мер поддержки со стороны государства для увеличения количества рабочих мест и рабочей силы с установлением федеральных источников. Недостаточно только одного национального проекта «Демография», который стартовал в 2019 г. [12]. Практика показала, что реализация одного целевого национального проекта не позволяет переломить негативную ситуацию с рождаемостью в России.

Таким образом, можно утверждать, что после пандемии COVID-19 рынок труда, как и все экономическое пространство, претерпит значительные качественные и количественные изменения. Реальный масштаб экономических последствий, как для рынка труда, так и для национальной экономики России, сегодня никто предсказать точно не может, потому что не известны дата окончания пандемии, состав и объем следующих потерь.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Картина деловой активности за I квартал 2020 года. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. - URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/ac6e8a2c77de9564b4b82c269b67213f/200429.pdf. (дата обращения: 18.11.2020).

2. Социально-экономическое положение России. Январь-июнь 2020 года. [Электронный ресурс]: // Федер. служба гос. статистики. - URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/L1jhYjK9/osn-06-2020.pdf. (дата обращения: 18.11.2020).

3. Занятость и безработица в Российской Федерации в июне 2020 года (по итогам обследования рабочей силы) [Электронный ресурс] // Федер. служба гос. статистики. - URL: https://rosstat.gov.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d05/140.htm (дата обращения: 26.11.2020).

4. Социально-экономическое положение России. Январь-сентябрь 2020 года. [Электронный ресурс] / Федер. служба гос. статистики. - URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/a0oy0RLz/oper-09-2020.pdf. (дата обращения: 15.11.2020).

5. Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики июнь 2020. Динамика и структура ВВП России. [Электронный ресурс] // Аналитический центр при правительстве РФ. - URL: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/BRE_62.pdf. (дата обращения: 24.11.2020).

6. Рабочая сила, занятость и безработица в России 2020 (по результатам выборочных обследований рабочей силы). [Электронный ресурс] // Федер. служба гос. статистики. - URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/2EfrJGVJ/Rab_sila_2020.pdf. (дата обращения: 18.11.2020).

7. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федеральной налоговой службы. - URL: https://ofd.nalog.ru/statistics.html?statDate=10.10.2020&level=2&fo=&ssrf=&t=1604519230843&t=1604519230844 (дата обращения: 10.11.2020).

8. Оперативный доклад об исполнении федерального бюджета и бюджетов государственных внебюджетных фондов январь-сентябрь 2020 года. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Счетной палаты Российской Федерации. - URL: https://ach.gov.ru/upload/iblock/0a4/0a49d375c1a2ec1ad52c 23c11de3f335.pdf. (дата обращения: 20.11.2020).

9. Постановление Правительства Российской Федерации от 04.07.2020 № 980 «Об утверждении Правил предоставления и распределения в 2020 году иных межбюджетных трансфертов из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации, источником финансового обеспечения которых являются бюджетные ассигнования резервного фонда Правительства Российской Федерации, в целях софинансирования расходных обязательств субъектов Российской Федерации, возникающих при реализации дополнительных мероприятий, направленных на снижение напряженности на рынке труда субъектов Российской Федерации». [Электронный ресурс] // ГАРАНТ. - URL: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74242026/ (дата обращения: 18.11.2020).

10. Постановление Правительства РФ 8.04.2020 г. № 460 «Об утверждении Временных правил регистрации граждан в целях поиска подходящей работы и в качестве безработных, а также осуществления социальных выплат гражданам, признанным в установленном порядке безработными». [Электронный ресурс] // ГАРАНТ. - URL: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74242026/ (дата обращения: 18.11.2020).

11. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. - URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/956 cde638e96c25da7d978fe3424ad87/Prognoz.pdf. (дата обращения: 16.11.2020).

12. Паспорт Национального проекта «Демография» (протокол от 24.12.2018 г. №16). [Электронный ресурс] // Официальный сайт Правительства Российской Федерации. - URL: http://static.government.ru/media/files/Z4OmjDg CaeohKWaA0psu6lCekd3hwx2m.pdf. (дата обращения: 18.11.2020).

Секция 3. ФИНАНСОВЫЙ МОНИТОРИНГ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПРОГНОЗЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОГО МОНИТОРИНГА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Афонина И.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность анализа проблем финансового мониторинга в РФ (Российской Федерации) обусловлена следующим: на данный момент одной из наиболее обсуждаемых тем экономического характера на государственном уровне является оптимизация системы финансового мониторинга во всех областях финансовой системы РФ и решение недостатков данной системы. Именно эффективность финансового мониторинга является одним из значимых факторов финансово-экономической устойчивости и социальной стабильности государства, его экономической безопасности, а также благополучия граждан.

Первостепенно финансовый мониторинг направлен на противодействие легализации финансовых доходов, полученных преступным путем и на противодействие финансирования терроризма. Если брать во внимание ситуацию, которая происходит в РФ, а именно возрастание угрозы терроризма, вопрос успешного осуществления финансового мониторинга становится еще актуальнее.

В данной статье будут затронуты проблемы финансового мониторинга в Российской Федерации, и разобраны пути решения выделенных проблем.

Целью статьи является проведение анализа финансового мониторинга в РФ с выделением существующих проблем в его осуществлении и предложение вариантов их решения.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

1. Определение понятия финансового мониторинга и его целей.

2. Выявление и анализ проблем, которые актуальны в нынешнее время в финансовом мониторинге в РФ.

3. Возможные предложения по решению выделенных проблем и повышению эффективности финансового мониторинга в РФ.

Финансовый мониторинг — это комплекс мер, направленных на создание системы противодействия легализации доходов, полученных преступным путем, и осуществление контроля за финансовыми операциями посредством идентификации и верификации клиентов [1].

Целью финансового мониторинга являются контроль денежных операций физический и юридических лиц, определение среди них сомнительных и их дальнейшее расследование.

Государственный финансовый контроль в системе финансового мониторинга обладает несколькими проблемами, которые так или иначе оказывают плохое влияние не только на качество финансового мониторинга, но и на его эффективность (см. рис.).

Рисунок. Основные проблемы финансового мониторинга в Российской Федерации

Первостепенной и наиболее актуальной проблемой современного мира является совершенствование технологий, а также появление новых способов отмывания денежных средств, полученных преступными путями.

Второй проблемой можно выделить недостаточно совершенную нормативную базу, по которой осуществляется финансовый контроль. Данные нормативные документы не полностью соответствуют целям и задачам государственных органов финансового контроля, для которых создавались соответствующие документы.

В качестве третьей проблемы финансового мониторинга отметим закрытость контрольными органами, которые осуществляют необходимый контроль, информации, которая могла бы быть полезной для некоторых субъектов РФ.

В настоящий момент предоставление актуальной и своевременной информации играет важную роль в механизме осуществления финансового контроля. В ее достоверности заинтересованы все участники финансовых отношений, т.е. и контрольные органы, и хозяйствующие субъекты. В связи с этим не теряет свою актуальность проблема реализации прав на получение информации субъектами финансовых отношений, которую затрагивает в своих работах С.Е. Прокофьев, заместитель руководителя Федерального казначейства. В частности, им указывается, что в части развития системы контроля в своей работе Казначейство России считает очень важным упорядочение системы предоставления информации.

Но проблема формирования единого интегрированного в масштабе публично-правового образования информационного ресурса для более эффективной реализации функций и полномочий контрольных органов государства, по мнению С.Е. Прокофьева, пока еще не решена. Автор предлагает предпринять попытки к созданию Государственной информационной системы с условным названием «Госконтроль», где по аналогии с другими успешно функционирующими информационными ресурсами, его пользователям будет обеспечен доступ к необходимому массиву данных для совместного ее использования не только контрольно-надзорными органами, но и иными структурами власти и управления. Публичными также должны стать, как процессы планирования контрольных мероприятий, так и, в значительной мере, их результаты [2].

Данная точка зрения близка многим членам современного общества, по причине того, что все мы живем в современном правовом государстве, где существует большое информационное пространство, открытость которого играет важнейшую роль обеспечения прав и свобод людей во всех сферах жизни, в том числе и финансовой.

Четвертой проблемой можно назвать элемент коррупции, который присущ всем сферам жизни общества, в том числе и процессу финансового мониторинга.

Так, за 2019 год было зафиксировано почти 40 тысяч преступлений коррупционной направленности, это на 1,6 % больше, чем в 2018 году. В 2019 году были наказаны по закону РФ 15,5 тысяч человек, а в 2018 году эта цифра достигала 15,9 тысяч человек. Ущерб, нанесенный коррупционной деятельностью, за 2019 год, составил 50,1 миллиардов рублей [3].

Исходя из слов О.Г. Геймур можно сделать вывод, что система финансового контроля, которая существует в настоящее время недостаточно качественно и эффективно может обеспечить целевое использование средств из бюджета. Это следствие он объясняет достаточно высокой коррупцией, которую можно наблюдать в стране и по сей день. Она считает, что уже очень давно появилась серьезная необходимость усовершенствовать систему финансового контроля в РФ, а также говорит о том, что ее нужно постоянно развивать.

Так, исходя из множества ее предложений можно выделить основные:

- максимизировать штрафы, которые будут уплачивать организации, в особенности их руководители (которые непосредственно причастны к принятию противозаконного решения) за использование средств, выделенных им бюджетом, нецелевым образом;

- на постоянной основе (а не временно, как это происходит) запретить лицам, которые были замечены и привлечены к ответственности перед законом за использование денежных средств бюджета нецелевым образом, занимать пост руководителя бюджетного учреждения или бюджетной организации [4].

Пятой проблемой является недостаточное взаимодействие контрольных органов государственной власти с правоохранительными. Необходимо повышение их взаимодействий путем организации мероприятий, в которых могли бы принять участие как правоохранительные, так и контрольные органы, направленных на нейтрализацию преступности в сфере финансов в государстве.

И последней, шестой проблемой можно назвать недостаточно пристальное внимание за процессом подготовки кадров в органы финансового контроля как для работы в центральных офисах, так и для выездных проверок. Это обуславливается постоянно меняющейся нормативно правовой базой, из-за этого возникает постоянная потребность повышения квалификации и профессионализма сотрудников государственных контрольных органов.

Исходя из вышесказанного можно подытожить следующее: анализируемая тема о существовании проблем в финансовом мониторинге в РФ актуальна. Существует множество «недоделок» в данной области, которые необходимо устранить для осуществления более эффективной работы государственных органов в сфере финансового мониторинга. Законодательство РФ в системе финансового мониторинга необходимо дорабатывать, потому что это создает сложности, с которыми могут столкнутся как должностные лица, в процессе финансового мониторинга, так и обычные граждане. Возможно, решением выделенных в статье проблем поспособствует усовершенствованная нормативно правовая база, а также внедрение новых методов контроля легализации денежных средств, полученных преступным путем и противодействию терроризма.

В условиях современной экономики РФ система финансового мониторинга, должна быть направлена на:

- увеличение скорости экономического и социального развитий;
- минимизацию коррупции и кражи денежных средств;
- совершенствование нормативной базы для осуществления финансового мониторинга;
- взаимодействие контрольных и правоохранительных органов в процессе финансового мониторинга;
- контроль за соблюдением всех обязательств хозяйствующих субъектов перед бюджетами и внебюджетными фондами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Финансовый мониторинг [Электронный ресурс]. - URL: https://spravochnick.ru/pravo_i_yurisprudenciya/problemy_i_perspektivy_razvitiya_finansovogo_monitoringa_v_rossii/ (дата обращения 21.11.2020).
2. Сафонова Е.А., Геймур О.Г. Проблемы правового регулирования финансового контроля // Актуальные вопросы юриспруденции и экономики. Материалы межвузовской научно-практической конференции. АНОО ВО «Уральский финансово-юридический институт». - 2017. - С. 57-65.
3. Генеральная прокуратура РФ [Электронный ресурс]. - URL: https://genproc.gov.ru/smi/news/genproc/news-1817130/ (дата обращения 21.11.2020).
4. Решеткина М.А. Основные проблемы государственного финансового контроля в Российской Федерации // Тенденции развития науки и образования. - 2017. - С. 22-24.

СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ-ИНДИКАТОРОВ, ПОЗВОЛЯЮЩИХ ОЦЕНИТЬ РИСК МАНИПУЛИРОВАНИЯ ДАННЫМИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Кравченко А.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Экономические преступления в России составляют немаловажную долю в объеме всех преступлений. При этом одним из значимых видов экономических преступлений является манипулирование данными финансовой отчетности предприятий. Так, по данным портала правовой статистики [1] в 2019 году в России зарегистрировано 104 тыс. 927 преступлений экономической направленности, большая часть из которых связана с искажениями первичной документации и финансовой отчетности, манипулированием данными финансовой отчетности.

Одной из разновидностей подобных преступлений является манипулирование (фальсификация) финансовой отчетностью. Данное

явление носит глобальный характер, примером тому является корпоративный скандал с компанией “Энрон” и скандал разразившийся в 2020 году по поводу компании “Wirecard AG”. Однако не стоит думать, что это явление характерно только для зарубежных экономик. Манипулирование отчетностью с целью введения в заблуждение инвесторов, стейкхолдеров, государственных органов могут допускать и российские компании.

Финансовая отчетность является ключевым источником получения информации об операциях предприятия и ее результатах. Среди наиболее распространённых видов искажений финансовой отчетности следует отметить: занижение доходов, завышение расходов, искажение стоимости активов, обязательств, некорректное представление или сокрытие информации и прочее.

Рассматривая существующие методы и модели оценки риска манипулирования данными финансовой отчетности предприятий, обнаружения фальсификаций в финансовой отчетности, следует отметить, что западные модели обнаружения фальсификаций в отчетности не дают объективной оценки для отечественных предприятий. Это связано в первую очередь с тем, что что данные модели разработаны на основе данных о зарубежных компаниях [2, с. 186]. В таблице представлены методы и модели обнаружения фальсификаций в финансовой отчетности, позволяющее дать оценку риска манипулирования данными финансовой отчетности предприятий.

Таблица

Методы и модели обнаружения фальсификаций в финансовой отчетности

Группа	Методы	Идея
Сопоставление прибыли и	Общая практика	Сравнить динамику операционной прибыли и

денежных потоков		денежных потоков по основной деятельности
Анализ качества доходов (accruals quality analysis)	Модели Джонса (1991), Слоуна (1996), Дечоу-Дичева (2002)	Расчет динамики соотношений между прибылью, денежными потоками, активами, пассивами
Финансовые модели предсказания манипуляций с доходами	M-счет Бениша (1999), усовершенствованная модель Бениша (2012), F-счет Дечоу (2011)	Регрессионные модели, включающие коэффициенты, рассчитанные для «честных» и «нечестных» организаций
Модели оценки риска искажения доходов	12 сигналов Льва и Таигарджана (1993), модель Нигрини (2011), метод Международной федерации бухгалтеров	Аналитически разработанные индикаторы (сигналы) риска искажения финансовой отчетности, их оценка и общий счет в баллах
Статистические методы	Закон Бенфорда (Нигрини 2000), нейронные сети (Лин, Хванг, Беккер, 2003)	Анализ распределения цифр в числах финансовой отчетности для «честных» и «нечестных» организаций

Подробный анализ представленных в таблице моделей показал, что в отечественной научно-практической литературе для выявления признаков манипулирования с отчётностью для российских компаний большое распространение получила модель М. Бениша. Однако многими исследователями был сделан вывод об имеющихся проблемах применения данной модели для выявления признаков манипулирования финансовой отчетностью для отечественных организаций. Так, Н.В. Ферулева и М.А. Штефан отмечают необходимость уточнения перечня показателей, используемых при расчете сводного индекса M-score, с учетом специфики

российского законодательства, практик ведения бизнеса и подготовки финансовой отчетности в российских организациях [3]. В своих исследованиях И.П. Малецкая отмечает что различия в условиях, в которых функционируют российские организации и компании, рассматриваемые в исследованиях Бениша, могут привести к различным значениям показателей и их динамике, а также величине сводного индекса M – score [4]. А.Д. Полещук отмечает что в российской учетной практике использование коэффициентов М. Бениша связано со следующими трудностями: методика не адаптирована к специфическим особенностям различных видов деятельности организаций; особенности ведения российского бухгалтерского учета отличаются от зарубежных, что может являться причиной неадекватности выводов; российское налоговое законодательство более лояльно, чем зарубежное, и для обнаружения фальсификации нужен глубокий анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности [5] и т.п.

На основании представленного анализа очевидна необходимость совершенствования и разработки методов выявления признаков подозрительности в финансово-экономической деятельности организации, в частности предложение системы показателей, позволяющих в дальнейшем разработать методики оценки риска манипулирования данными финансовой отчетности применимые для российских предприятий.

В качестве показателей, которые могут быть использованы для оценки риска манипулирования данными финансовой отчетности российских предприятий и выявления признаков подозрительности в финансово-экономической деятельности организации, должны быть учтены как показатели, характеризующие имущественное положение компании и финансовый результат (прибыль), так и денежный поток.

Предлагаются следующие индикаторы, позволяющие выявить предприятия, характеризующиеся высокой вероятностью намеренного искажения данных финансовой отчетности.

1) Показатель рентабельности продаж.

В случае если коэффициент имеет отрицательную динамику или значение коэффициента низкое, то это говорит о занижении прибыли организации.

2) Показатель «качества» финансового результата.

Позволяет выявить расхождение величины чистой прибыли (убытка) и ЧДП: показывает, сколько рублей чистого денежного потока получила организация на каждый рубль чистой прибыли, показанной в отчете о финансовых результатах. Если расхождения существенны, то есть вероятность завышения/занижения чистой прибыли организации. Расхождения можно считать существенными, если показатель значительно отдален от «1» или от «-1». Если показатель приближен к «1» или «-1», то вероятность манипулирования данными минимальная.

3) Отношение показателя «поступления от текущих операций» к выручке.

Итоговое значение показывает, в какой степени выручка обличена в форму реальных денег, а в какой – в форму записей на бумаге. Для «честных» организации» значение показателя должно быть приближено к 1.

4) Отношение нераспределенной прибыли к чистой прибыли.

Нераспределенная прибыль на конец отчетного года должна быть равна Нераспределенной прибыли на начало отчетного года, увеличенной на сумму чистой прибыли отчетного года и уменьшенную на сумму нераспределенной прибыли, израсходованной в отчетном году. В случае если рост нераспределенной прибыли отличатся от роста чистой прибыли, учитывая при этом дивиденды, то есть вероятность того, что показатель нераспределенной прибыли или чистой прибыли искажен.

5) Отношение размера дивидендов к нераспределенной прибыли.

При отсутствии роста размера дивидендов, или при их отсутствии, при одновременном росте «бумажной» нераспределенной прибыли, есть вероятность, что данные в отчетности организации были подвержены

искажению. Такое манипулирование затрагивает интересы налоговой системы ввиду пониженной ставки налогообложения дивидендных доходов.

6) Соотношение дебиторской задолженности и кредиторской задолженности.

В случае если показатель в динамике изменяется неравномерно, есть вероятность искажения дебиторской задолженности, т. е. включение в ее состав фиктивной задолженности и долгов, нереальных к взысканию. Тем самым завышается величина оборотных активов компании. Также возможно, что величина задолженностей включает в себя просроченную задолженность.

Оба вида задолженностей (дебиторская и кредиторская) должны содержаться в финансовых отчетах организации. В противном случае, во время проверки налоговым органом может возникнуть несоответствие предоставленных в отчетности документов реальному положению дел организации. Такие действия являются противоправными и могут быть расценены как попытка укрыться от налогообложения путем искажений финансовой документации, а за это полагаются разного рода штрафные санкции.

7) Коэффициент операционного денежного потока.

Показывает, насколько организация способна рассчитаться по своим текущим обязательствам за счет своей операционной деятельности. Если в динамике коэффициент изменяется неравномерно, значит, имеет место манипулирование данными финансовой отчетности. Возможно занижение / завышение размера текущих обязательств организации.

8) Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами.

Коэффициент определяет степень обеспеченности организации собственными оборотными средствами, необходимыми для ее финансовой устойчивости.

Отрицательный показатель, а также, если значение его меньше значения запасов, крайне негативно характеризует финансовое положение

организации, значит, данная организация представляет интерес для налоговых органов в плане проведения выездной налоговой проверки. Скорее всего, в данной организации нарушаются правила ведения бухгалтерского и налогового учета, возможно искажение информации, содержащейся в первичных документах и аналитических регистрах.

Источниками информации для расчета предложенных показателей являются бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах и отчет о движении денежных средств.

Данная система базируется на практической значимости выбранных факторов, показатели могут быть рассчитаны в пространстве и во времени.

Предложенная система показателей применима для разработки методики оценки комплексной оценки потенциального риска осуществления манипулятивных действий с данными финансовой отчетности коммерческих предприятий на основе методов множественного корреляционно-регрессионного анализа, способствует совершенствованию методов диагностики и мониторинга предприятий, применяемых контрольными органами и стейкхолдерами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Генеральная прокуратура РФ. Портал правовой статистики [Электронный ресурс]: официальный сайт. – URL: http://crimestat.ru/offenses_map.

2. Агранов А.П. Применение модели Завгрен и модели Бениша при принятии решений об инвестировании [Текст] / А.П. Агранов // Вестник гражданских инженеров. – 2016. – № 4 (57). – С. 183-192.

3. Ферулева Н. В. Выявление фактов фальсификации финансовой отчетности в российских компаниях: анализ применимости моделей Бениша и Роксас [Текст] / Н.В. Ферулева // Российский журнал менеджмента. – 2016. – № 3. – С. 49-70.

4. Малецкая И.П. Анализ признаков преднамеренного искажения бухгалтерской (финансовой) отчетности на основе данных финансовых индикаторов [Текст] / И.П. Малецкая // Направления и механизмы развития науки нового времени: от теории до внедрения результатов. – 2017. – С. 198-200.

5. Полещук А.Д. Аналитические подходы выявления фальсификации бухгалтерской (финансовой) отчетности [Текст] / А.Д. Полещук // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2016. – № 5. – С. 139-141.

АНАЛИЗ РЫНКА МЕБЕЛИ И ПУТИ ВЫХОДА ИЗ КРИЗИСА

Никитина А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Рынок мебельной продукции развивается в зависимости от разных факторов. Социально-экономические условия являются ключевыми в сфере мебельного производства и определяют развитие рынка в тот или иной период времени.

Для российского рынка производства мебели стало характерно наблюдать спад и падения в течение трех последних лет. По данным из источника на Hoog Link [6], объем производства мебели сократился на 80% за первые полгода 2020 года. Так же на следующие 6 месяцев можно наблюдать сокращение динамики рынка еще на 40%. Экономическая нестабильность и пандемия привела к снижению доходов и активности потребления, что явным образом повлияло на показатели рынка.

Еще одной из главных проблем является рост процента импортной мебели на российский рынок при том, что данный аспект имел место быть до 2020 года, тем самым усугубив кризис для отечественных производителей. На сегодняшний день, импортная продукция составляет 44%, что больше по сравнению с 2018 годом, где показатель составлял 39%.

Стоит отметить, что положительная динамика рынка будет отслеживаться из-за повышения цен на импортную мебель на 20% и отечественную на 5-7%, отмечает Романа Ершова – глава компании Askona Life Group. Именно этот фактор даст возможность российским производителям стабилизировать ситуацию [4].

Так же важным является то, что в пандемию потребителям пришлось оставаться надолго дома, поэтому люди стали больше обращать внимание на домашний уют. Планирование ремонта и изменения интерьера для 39% россиян стало актуальным за последний период по исследованиям аналитического агентства «НАФИ» [7]. Увеличенный отложенный спрос зависит от продолжительности существующего кризиса, так как потребности людей обостряются. Так же спрос на мебельную продукцию повысится, благодаря тренду на продажу готовых и отделанных квартир застройщиками.

Еще одной причиной увеличения спроса является организация рабочего пространства для сотрудников, переведенных на удалённую работу. Компании готовы улучшать условия работы своих сотрудников дома, что обуславливает закупку мебельных изделий партиями. Именно поэтому, у организаций есть перспектива роста и увеличения конкурентоспособности.

Приоритетным способов взаимодействия с потребителями в 2020 году стало интернет – пространство и маркетинговые мероприятия, связанные с ним. Особенно развиваются онлайн-продажи, которыми пришлось вооружиться всем компаниям. Прогнозы на 2021 год, по данным Statista [5], говорят о следующем: количество онлайн-покупателей вырастет до 2,14 млрд. человек. И данных показатель не является конечным, так как тенденция к росту покупки «онлайн» будет расти с каждым следующим периодом.

Поэтому важно понимать, что необходимо развивать взаимодействие через Интернет-ресурсы с покупателями. Важен комплексный подход к ситуации. Существенные изменения актуально вносить не только в сайты, но и искать новые пути. Яркими примерами могут послужить платформы, находящиеся «в смартфонах» у потребителей, так как более 60% запросов реализуются именно через мобильные устройства по данным SearchEngineLand в исследовании Hoog Link [6]. Более того, в связи с постоянных увеличением количества интернет площадок и расширением

возможностей, важно проводить мониторинг и размещение своей продукции на них.

Кроме того, для данного периода времени важно то, как информация доходит до потребителя. Сейчас уже мало иметь «яркую картинку» на сайте. Необходим собственный бренд, оснащенный хорошим контентом. Одним из решений данной проблемы является изучение сферы SMM, SEO-продвижения, рекламы и т.д.[2] Для производителей мебельной продукции это поможет привлечь больше покупателей, которые смогут сделать правильный выбор исходя из точности предоставленных данных. Вышеуказанные маркетинговые мероприятия направлены именно на взаимодействие с потребителями, поэтому необходимо учитывать все аспекты данной темы: от информации о компании до отзывов покупателей.

В условиях сложившейся ситуации для потребителя значимым стало возможность комфортность получения оказанных услуг. Покупателю удобнее оплатить заказ дома с возможностью отслеживания и контроля своей покупки. Поэтому внедрение таких систем так же повысит уровень клиентоориентированности. Особенно это важно для производителей мебели, потому что чем доступнее и открытее будут данные, тем больше вероятность того, что выберут данную компанию.

Таким образом, можно сказать, что при постоянном развитии и анализе ситуации на рынке важно искать пути повышения конкурентоспособности компании. Комплексное применение маркетинговых мероприятий, описанных выше, поможет компании повышать уровень лояльности клиентов и, следовательно, прибыль.

Анализ ситуации на российском рынке производства мебели показывает, что не каждая компания выживет после сложившегося кризиса в 2020 году. Именно поэтому компаниям необходимо направить все свои силы на удовлетворение потребностей своих клиентов, возможность удержания их и привлечение новых. Положительные прогнозы о повышении объема

продаж мебели дают возможность отечественным производителям улучшать свои бизнес процессы и повышать конкурентоспособность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Конкурентоспособность как фактор обеспечения экономической безопасности Предприятия Макаров Н.С. В сборнике: Право и общество в условиях глобализации: перспективы развития. Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. Под редакцией В.В. Бехер, Н.Н. Лайченковой . 2020. С. 356-360.
2. Использование информационных технологий как условие повышения эффективности принятия креативных управленческих решений на предприятии Воробьев С.В. modern science. 2020. № 2-2. с. 39-42.
3. Повышение конкурентоспособности на основе использования концепции стратегического управления инновационным развитием предприятия Пасмурцева Н.Н.Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2018. № 3. С. 20-24.
4. Рыжкова А. Революция или смерть: как мебельной компании пережить экономический кризис в 2021 г.? – 2020. [Электронный ресурс.] – https://vc.ru/marketing/183089-revolyuciya-ili-smert-kak-mebelnoy-kompanii-perezhit-ekonomicheskiy-krizis-v-2021
5. Повышение эффективности мебельного производства – залог конкурентоспособности компании // Электронный журнал «ПРОдерево» - 2018. [Электронный ресурс.] – https://proderevo.net/industries/furniture/tekhnologii-proizvodstva-mebeli/povyshenie-effektivnosti-mebelnogo-proizvodstva-zalog-konkurentosposobnosti-kompanii.html
6. Пандемия и мебельная промышленность в России // Электронный бизнес-журнал «Hoog Link» - 2020. [Электронный ресурс.] – https://hooglink.com/rynok-mebeli/
7. Россияне пересмотрели свои планы на ремонт // Аналитический центр НАФИ – 2019. [Электронный ресурс.] – https://nafi.ru/analytics/rossiyane-peresmotreli-svoi-plany-na-remont/

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС КАК ИНСТРУМЕНТ МОНИТОРИНГА

Потапова Е.В.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Разные авторы предоставляют в своих работах различные определения термину «бухгалтерский баланс». В некоторых работах представлены такие формулировки, как: с помощью баланса отражают количественные и структурные изменения в составе средств предприятия [1].

Как само понятие, слово «баланс» появилось примерно в конце XIV – начале XV в. Так утверждает литература. По мнению Рувера, год первого упоминания данного термина применительно к финансовым отчетам варьируется около 1427 г., при этом не уточняется в современном ли понимании рассматривается слово «баланс».

У некоторых авторов можно встретить упоминание момента зарождения баланса, и самое первое определение формы счетоводства, судя некоторым источникам, принадлежит А.И. Гуляеву, представителю русской бухгалтерской науки начала XX в. По его словам, форма счетоводства – это различные приемы и способы приложения рационального счетоводства разрешения разных практических задач. Уточню, что Гуляев является представителем Петербургской школы [2].

Основоположник балансовой теории И.Ф. Шер, приверженец немецкой школы, определял форму счетоводства как сочетание хронологической и систематической записи [3].

В качестве современного определения можно привести, бухгалтерский баланс – это способ экономической группировки и обобщения имущества по его составу, размещению и источникам финансирования на определенную дату в денежном выражении [4].

Форма бухгалтерского баланса утверждена Приказом Минфина России от 02.07.2010 № 66н. Этот Приказ действует с годовой бухгалтерской отчетности за 2011 год.

Составляется бухгалтерский баланс по единой форме на основании данных Главной книги, ведомостей и журнал-ордеров на первое число отчетного периода. Имеется типовая форма, которая регламентируется приказом Минфина №66н.

Бухгалтерский баланс должен характеризовать финансовое состояние субъекта на отчетную дату. Данное требование взято из ПБУ 4/99 «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» [5].

В форме Бухгалтерского баланса, утвержденной Приказом Минфина России от 02.07.2010 № 66н данные разделов по каждой из строк приводятся показатели:

– на отчетную дату отчетного периода;

– на 31 декабря предыдущего года;

– на 31 декабря года, предшествующего предыдущему.

В заголовочной части баланса нужно указать дату, по состоянию на которую он составлен. Этой датой является последний календарный день отчетного периода. Все данные в отчетности приводят в тысячах рублей или в миллионах рублей. При этом все числа должны быть указаны в балансе без десятичных знаков. В формах обязательно должны быть также следующие данные: наименование формы отчета; полное наименование организации; ИНН налогоплательщика; вид деятельности (например, основной); организационно-правовая форма (код по ОКОПФ); форма собственности (код по ОКФС); местонахождение (адрес) – только в балансе; дата подписания [6].

К бухгалтерскому балансу предъявляются такие требования, как требования правдивости (верности), реальности, единства, преемственности и ясности.

Условие правдивости баланса — обоснование его показателей документами, записями на бухгалтерских счетах, бухгалтерскими расчетами и инвентаризацией.

Реальность баланса в основном зависит от ликвидности средств организации. Ликвидность дебиторской задолженности характеризуется возможностью получения денежных средств от дебиторов. Таким образом, у баланса могут быть как ликвидные, так и неликвидные средства (неспособные пройти оборот).

Единство баланса заключается в построении его на однотипных принципах учета и оценки.

Преемственность баланса заключается в том, что каждый последующий бухгалтерский баланс должен вытекать из предыдущего баланса (преемственность должна распространяться на методы оценок и составления балансов).

Ясность баланса – это его доступность отдельным пользователям информации.

При составлении баланса необходимо учитывать правила по его составлению, такие как:

1. данные бухгалтерского баланса на начало и на конец прошлого года должны соответствовать;

2. не должно происходить зачета между статьями активов и пассивов, статьями прибылей и убытков, кроме случаев, когда такой зачет предусмотрен соответствующими Положениями по бухгалтерскому учету;

3. отдельные показатели отражаются за минусом регулирующих величин (износа, амортизации, оценочных резервов и др.) т.е. в нетто-оценке;

4. активы и пассивы показываются в зависимости от срока их обращения с подразделением на задолженности со сроком платежа в течение 12 месяцев включительно (краткосрочные) и более чем через 12 месяцев (долгосрочные);

5. организация должна обеспечить соблюдение допущений и требований, предусмотренных Положением по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» ПБУ 1/08 [4];

6. статьи бухгалтерской отчетности, составляемой за отчетный год, должны подтверждаться результатами инвентаризации активов и обязательств;

7. показатели о некоторых активах, обязательствах, доходах, расходах и хозяйственных операциях должны приводиться отдельно, если они существенны и, если без знания о них невозможна оценка финансового положения организации, финансовых результатов ее деятельности;

8. все показатели баланса должны иметь денежное выражение.

Данные бухгалтерского баланса необходимы для контроля наличия, движения, а также структуры имущества организации на ряду с источниками формирования данного имущества.

При составлении бухгалтерского баланса организации самостоятельно определяют детализацию показателей по статьям с учетом уровня существенности [5].

С 2011 г. формирование резерва по сомнительным долгам признано обязательным для всех организаций, хотя на практике он создается редко. Согласно ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации» следует соблюдать требование осмотрительности. Имеется в виду, что нельзя допускать скрытых резервов, только если по оценке не возникает вероятность неоплаты сомнительной задолженности, как полной, так и частичной. Иначе, когда на отчетную дату есть уверенность в получении оплаты просроченной дебиторской задолженности, создание подобного резерва может рассматриваться как создание скрытого резерва.

Субъекты малого предпринимательства имеют право представлять бухгалтерскую отчетность в упрощенном виде (п. 6 Приказа N 66н):

а) в бухгалтерском балансе и отчете о финансовых результатах можно указывать показатели только по группам статей (без детализации показателей по статьям), то есть можно использовать формы, приведенные в Приказе N 66н, без каких-либо дополнений;

б) в приложениях к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах можно указывать только наиболее важную информацию, без знания которой невозможна оценка финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.

Согласно ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» устанавливается содержание бухгалтерского баланса.

Отчет представляет собой таблицу, в которой имущество организации сгруппировано по составу и функциональной роли, как реальное воплощение средств (величина активов); и по источникам образования и целевому назначению (величина пассивов). В обеих частях отражается одно и то же – средства которые просто по-разному классифицированы и сгруппированы. Это значит, что итоги по обеим частям должны быть равны между собой.

Следует уточнить, что «источник формирования» – это не адрес или место источника приобретения; источник формирования – это обязательство за полученные ценности. От этого зависит само значение структуры, ведь некоторые ресурсы юридически могут являться собственными, а экономически быть долговыми обязательствами.

Группировка хозяйственных средств и обобщение приводятся на конец года. Так что можно сказать, что показатели, в действительности, отражаются не только в статике, но еще и в динамике. Это делает бухгалтерский баланс более широким понятием, от чего его место в определении финансовой устойчивости экономического субъекта на рынке становится значимее.

Балансовые статьи – это основной элемент бухгалтерского баланса, который состоит из разделов. В активе таких разделов два («Внеоборотные активы» и «Оборотные активы»); в пассиве разделов три («Капитал и резервы», «Долгосрочные обязательства» и «Краткосрочные обязательства») [5; 7].

Для достижения высокого качества отчетности перед заполнением отчетных форм должен быть проведен большой объем подготовительных работ. В процессе подготовительных работ:

1) проверяются данные первичных учетных документов;

2) проводится инвентаризация имущества и денежных обязательств организации;

3) уточняется оценка статей бухгалтерского баланса;

4) проверяются записи на всех счетах;

5) проводятся закрытие необходимых счетов и реформация баланса;

6) составляется оборотная ведомость, в которой по необходимости указывают все откорректированные данные и дополнительные записи.

Балансовая статья - показатель актива или пассива баланса, отражающий наличие определенного вида имущества или источников его формирования.

Статьи бухгалтерского баланса заполняются на основании остатков по счетам Главной книги при журнально-ордерной форме счетоводства. Ряд статей составляется с привлечением данных аналитического учета (ведомостей, журналов-ордеров или иных аналогичных по назначению регистров). Основное правило бухгалтерского баланса: валюта актива равна валюте пассива. Разделы в активе баланса расположены по возрастанию ликвидности, а в пассиве - по степени закрепления источников.

Значение бухгалтерского баланса с каждым днем растет. Изменения в этой области часто приводят к некоторым нестыковкам и расхождениям, так что углубленное изучение темы всегда будет актуальным. Большинство авторов в своих работах приводят варианты решения некоторых возникающих проблем или методы упрощения работы с бухгалтерским балансом; на подобных советах обязательно надо заострять внимание. В балансе еще очень много интересных нюансов, нерешенных вопросов, места для улучшений и изменений, и для всего этого необходимо разбираться в его сущности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Кеворкова Ж.А. Экономическая экспертиза. Курс лекций [Электронный ресурс]: [учеб. пособие] / Ж.А. Кеворкова. — М.: Проспект, 2017. — 253 с. — ISBN 978-5-392-21144-9. — URL: https://rucont.ru/efd/632980.
2. Гуляев А.И. Системы и формы счетоводства. Опыт научного исследования систем и форм рационального счетоводства с кратким изложением других существующих счетоводных систем / А.И. Гуляев. — СПб.: Коммерческая литература, 1909.
3. И.Ф. Шер. Бухгалтерия и баланс - 2-е изд. / пер. с нем. Под ред. Н.С. Лунского - М.: Экономическая жизнь, 1925. - URL: https://buh.ru/articles/documents/15006/
4. Кибиткин А.И. Учет и анализ в коммерческой организации / А.И. Кибиткин, А.И. Дрождинина, Е.В. Мухомедзянова, О.В. Скотаренко. – М.: ИД Академии Естествознания, 2012. – 368 с.
5. Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 N 43н (ред. от 08.11.2010, с изм. от 29.01.2018) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99)» // Консультант Плюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_18609/d914c3b6e6aa1058fbfa77f7a66a2f8d92ea09cf/
6. Трофимова Л.Б. Международные стандарты финансовой отчетности: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л.Б. Трофимова. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2017. — 242 с.
7. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 N 402-ФЗ (последняя редакция) // Консультант Плюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Старцева К.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современной экономике все процессы связаны с движением денежных средств, формированием или расходованием денежных ресурсов, то есть с финансовыми отношениями. Государство управляет финансовыми

отношениями для того, чтобы развивать приоритетные национальные проекты. Государственное финансирование национальных проектов в области образования, здравоохранения, жилищно-коммунального хозяйства, цифровой экономики, экологии, науки направлено на достижение скачка в повышении качества человеческого капитала, комфортной среды для жизни и экономического роста.

Национальные проекты России 2019-2024 гг., являющиеся, по сути, стратегией развития, - это проекты федерального масштаба, которые были приняты в 2018 г. в соответствии с Указом Президента РФ от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» по тринадцати направлениям, четыре из которых составляют социальный блок нацпроектов («Демография», «Здравоохранение», «Образование», «Культура»), со сроком реализации в период 01.01.2019 - 31.12.2024 гг. Главные цели проектов - обеспечение прорывного научно-технологического и социально-экономического развития страны, а также повышение уровня жизни и создание условий и возможностей «для самореализации и раскрытия таланта каждого человека» [1].

Общий бюджет всех нацпроектов России составляет 25.7 трлн. рублей. Большинство экономистов считает, что теперь национальные проекты будут пересмотрены с учетом изменившейся экономической реальности. В условиях мирового кризиса и пандемии в 2021 г. и 2022 г. ожидаются значительные сокращения государственного финансирования национальных проектов, прежде всего, социального блока, который является достаточно важными для граждан РФ, так как образование, здравоохранение, демография отражаются на каждом гражданине и на каждой семье нашей страны. Факт сокращения финансирования уже закреплен так, как 26 ноября 2020 г. в третьем чтение утвержден главный финансовый документ страны - Закон о федеральном бюджете на 2021–2023 гг. Согласно данному закону, федеральный бюджет на 2021–2023 гг. в России будет дефицитным (см. табл.

1) [2]. Большой объем денежных средств пойдёт на антикризисные меры и борьбу с коронавирусной инфекцией, а на полноценную реализацию нацпроектов денег брать будет неоткуда.

Таблица 1.

Основные цифры бюджета РФ на плановый период

Показатель	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Доходы	18.8 трлн. руб.	20.6 трлн. руб.	22.3 трлн. руб.
Расходы	21.52 трлн. руб.	21.88 трлн. руб.	23.67 трлн. руб.
Дефицит	2.75 трлн. руб. (2.4% ВВП)	1.25 трлн. руб. (1% ВВП)	1,41 трлн. руб. (1,1% ВВП)
Прогнозный объем ВВП	115.53 трлн. руб.	124.22 трлн. руб.	132,82 трлн. руб.

Источник: Законопроект о федеральном бюджете на 2021-2023 годы [2].

Приведем краткую характеристику действующих национальных проектов России, входящих в социальный блок (табл. 2).

Таблица 2.

Национальные проекты России (социальный блок)

Наименование проекта	Характеристика проекта
Демография	Бюджет - 3 105.2 млрд. руб. Куратор проекта – Т.А. Голикова (Заместитель Председателя Правительства РФ), руководитель проекта – А.О. Котяков (Министр труда и социальной защиты РФ). Цели проекта: улучшить благосостояние семей за счет мер финансовой поддержки (различных выплат, льготной ставки по ипотеке на уровне 6%, бесплатных курсов для женщин в декрете, процедур искусственного оплодотворения), что будет способствовать повышению рождаемости; увеличение ожидаемой продолжительности здоровой жизни до 67 лет; мотивировать граждан РФ вести здоровый образ жизни и правильно питаться; увеличить долю регулярно занимающихся спортом россиян до 55%.

Здравоохранение	Бюджет -1 725.9 млн. руб. Куратор проекта - Т.А. Голикова (Заместитель Председателя Правительства РФ), руководитель проекта – М.А. Мурашко (Министр здравоохранения РФ). Цель проекта: сделать медицинская помощь более доступной для россиян; обеспечение охвата всех граждан профилактическими медицинскими осмотрами не реже одного раза в год; обучить и повысить квалификацию медицинских работников в системе непрерывного медицинского образования, что поможет обеспечить отрасль квалифицированными кадрами. Улучшение медицинской инфраструктуры, повышение качества и доступности медицинской помощи и забота граждан о собственном здоровье позволят снизить смертность от сердечно-сосудистых и онкологических заболеваний и внесут существенный вклад в увеличение средней продолжительности жизни россиян до 78 лет к 2024 г.
Образование	Бюджет данного национального проекта составляет 784.5 млрд. руб. Куратором проекта является Т.А. Голикова (Заместитель Председателя Правительства РФ), руководитель проекта – С.С. Кравцов (Министр просвещения РФ). Данный проект направлен на достижение двух ключевых целей: первая – обеспечение глобальной конкурентоспособности российского образования и вхождение Российской Федерации в число 10 ведущих стран мира по качеству общего образования; вторая - воспитание гармонично развитой и социально ответственной личности на основе духовно-нравственных ценностей народов Российской Федерации, исторических и национально-культурных традиций.
Культура	Бюджет проекта – 113.5 млрд. руб. Куратором проекта является Д.И. Чернышенко (Заместитель Председателя Правительства РФ), руководитель проекта – О.Б. Любимова (Министр культуры РФ). Цели проекта: на 15% должно увеличиться число посещений организаций культуры; в ближайшие пять лет должно быть проведено 30 фестивалей детского творчества; к концу 2021 г. должно быть создано 15 центров непрерывного образования и повышения квалификации кадров в сфере культуры.

Источник: Бюджет для граждан к проекту федерального закона о федеральном бюджете на 2020 г. и на плановый период 2021 и 2022 гг. [3].

Анализ объемов бюджетных ассигнований, предусмотренных на реализацию национального проекта «Демография», показал, что бюджетные ассигнования, предусмотренные проектом федерального закона «О федеральном бюджете на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов», уменьшены по сравнению с действующей редакцией паспорта нацпроекта «Демография» в 2021 году - на 82 836.6 млн. рублей или на 10 %, а в 2022 году - на 77 298.6 млн. рублей или на 9.2 % [4]. Крупнейший федеральный проект по объему финансирования в рамках социального блока - «Финансовая поддержка семей при рождении детей» может быть сокращен в 2021-2022 гг. примерно на 10%. Основным фактором, который обусловил уменьшение финансирования, стало уточнение Министерством финансов Российской Федерации прогнозируемого количества обращений граждан за материнским капиталом. Анализ данных о результатах мониторинга достижения целей и результатов нацпроекта «Демография» и федеральных проектов показал, что по всем федеральным проектам существуют значительные риски недостижения ряда основных показателей в 2020 г. В основном риски связаны с ограничительными мерами, введенными в связи с распространением новой коронавирусной инфекции.

В рамках нацпроекта «Здравоохранение» на реализацию восьми федеральных проектов законопроектом предусматриваются бюджетные ассигнования на 2021 г. в сумме – 243 204.4 млн. рублей (что составляет 96.2 % от установленной цифры в Федеральном законе № 380-ФЗ), на 2022 г. – 251 076.9 млн. рублей (95.6 %) [4]. На основе динамики и отчетов Минздрава России о реализации нацпроекта и входящих в его состав федеральных проектов можно получить вывод, что существуют значительные риски недостижения ряда основных показателей в 2020 г. В основном, риски связаны с ограничительными мерами, введенными в связи с распространением новой коронавирусной инфекции, снижением объемов и доступности плановой медицинской помощи в целом, профилактических осмотров и диспансерного охвата населения.

В следующие два года финансирование проекта «Образование» также сократится: в 2021 г. на 8.3 млрд. руб., в 2022 г. на 5.96 млрд. руб. По результатам проведенного Счетной палатой мониторинга были выявлены риски, которые могут привести к невыполнению (недостижению) ряда показателей, данные риски связаны с ограничениями, вводимыми в связи с распространением коронавирусной инфекцией. Также Счетная палата обратила внимание и на дисбаланс в расходах бюджетных средств: основная часть - это на текущие расходы: 70% идет на заработную плату и только 1.7% на приобретение оборудования и капитальный ремонт [5].

Вместе с этим совсем другие изменения планируется внести в ряд федеральных проектов: в комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры планируется выделить на 13 млрд. руб. больше. Далее на 12 млрд. руб. увеличатся затраты на строительство коммуникаций между центрами экономического роста: на 8.7 млрд. руб. на освоение Северного морского пути, на 5.5 млрд. руб. на программу «Морские порты России» [6].

В целом вызывает обоснованное беспокойство высокий риск нереализации социальных национальных проектов по причине отсутствия необходимых финансовых ресурсов и введения ограничительных мер в связи с распространением новой коронавирусной инфекции.

Таким образом, в условиях сложного времени увеличение финансирования инфраструктуры в ущерб развития социальных программ нельзя считать правильным, так как подобные мероприятия не вызовут одобрения граждан РФ. На наш взгляд, расширенную реализацию инфраструктурных проектов можно отложить до окончания пандемии, а в сложившейся ситуации необходимо, прежде всего, заняться мерами реальной помощи населению. Если уровень жизни будет стремительно падать, и население не получит необходимой поддержки со стороны государства, это может привести к росту социальной напряженности в стране, вплоть до социального взрыва и роста преступности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Национальные проекты: будущее России. [Электронный ресурс] // Информационный портал. - URL: https://futurerussia.gov.ru/ (дата обращения: 24.11.20 г.)
2. Принят закон о федеральном бюджете на 2021-2023 годы. [Электронный ресурс] // Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации. - URL: http://duma.gov.ru/news/50118/ (дата обращения: 26.11.20 г.)
3. Бюджет для граждан к проекту федерального закона о федеральном бюджете на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов. [Электронный ресурс] // Министерство финансов Российской федерации. – URL: https://www.minfin.ru/common/upload/library/2019/10/main/BDG.pdf (дата обращения: 24.11.20 г.)
4. Заключение на проект бюджета – 2021. [Электронный ресурс] // Счетная палата Российской федерации. – URL: https://ach.gov.ru/upload/iblock/bb9/bb955e16ddbb60ce8a85a7be0d45f604.pdf (дата обращения: 25.11.20 г.)
5. Счетная палата указала недостатки и риски нацпроектов. [Электронный ресурс] // РосБизнесКонсалт. – URL: https://www.rbc.ru/economics/13/01/2020/5e184e2a9a79470bf49655c3 (дата обращения: 24.11.20 г.)
6. «Известия»: финансирование нацпроектов могут сократить на 140 млрд рублей. [Электронный ресурс] // Информационное агентство России «ТАСС». – URL: https://tass.ru/nacionalnye-proekty/8836721 (дата обращения: 24.11.20 г.)

СУДЕБНАЯ НАЛОГОВАЯ ЭКСПЕРТИЗА: ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЯ И МЕСТА В СОСТАВЕ СУДЕБНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ

Чернова И.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Согласно ч.2 ст.8 Конституции РФ в Российской Федерации признаются и защищаются равным образом частная, государственная, муниципальная и иные формы собственности [1]. Это значит, что экономическая система России представляет собой рыночную экономику.

Одним из необходимых факторов для нормального функционирования государства и рыночной экономики является налоговая система.

В Налоговом кодексе РФ в ч.1 ст. 8 дается полное определение понятия «налог». Под налогом понимается обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований [2]. Налоги выполняют две основные функции: фискальную (являются основным источником пополнения бюджета государства) и регулирующую (регулируют отношения в условиях рынка).

Однако рыночной экономике, в том числе, Российской Федерации, свойственна экономическая преступность, связанная с воспроизводством капитала и извлечением максимальной прибыли, основу которой составляют договорные отношения между производителем и потребителем товаров и услуг.

На основании данных Генеральной прокуратуры о состоянии преступности за последние 5 лет (2016-2020 гг.) преступления экономической направленности составляют существенный удельный вес, в число которых входят налоговые преступления [3]. На основании данных нами была составлена гистограмма (рис. 1) о состоянии преступности экономической направленности за 2016-2020 гг.

Рисунок 1. Общие сведения о состоянии преступности экономической направленности за 2016-2020 гг.

Источник: составлено автором по данным Генеральной прокуратуры.

За последние пять лет было выявлено большое количество налоговых преступлений. Но проанализировав диаграмму, представленную на рис. 1, можно увидеть, что с каждым годом количество стабильно уменьшается. Однако многие дела были приостановлены на основании п.1,2,3 ч.1 ст.208 УПК РФ [4].

Составив гистограмму зависимости количества совершенных налоговых преступлений и их раскрываемость за 2016-2020 гг. (см. рис. 2), можно увидеть, что большое количество преступлений не было раскрыто, что заслуживает отрицательной оценки. Считаем, что во многом это связано с качеством проведения судебно-экономических экспертиз.

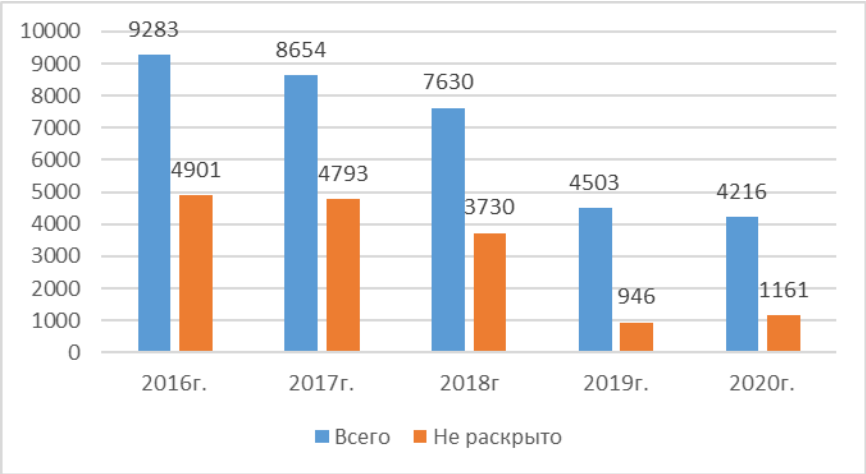


Рисунок 2. Зависимость количества совершенных налоговых преступлений и их раскрываемость за 2016-2020 гг.

Источник: составлено автором по данным Генеральной прокуратуры.

В настоящее время к одному из распространённых видов судебной экспертизы можно отнести судебно-экономическую экспертизу, которая используется при раскрытии и расследовании преступлений, предусмотренных Уголовным кодексом РФ разделом VIII «Преступления в сфере экономики». Судебно-экономические экспертизы являются неотъемлемым источником доказательств, что предопределяет генезис данного вида экспертиз.

Существует много видов судебно-экономических экспертиз, но одним из самых проблемных является судебная налоговая экспертиза.

Впервые судебная налоговая экспертиза была проведена по инициативе Департамента налоговой полиции РФ при расследовании уголовного дела в отношении С.П. Мавроди, основателя финансовых пирамид в РФ. То есть, судебная налоговая экспертиза выступала как самостоятельный вид

экспертизы в уголовном процессе, так как иные виды экспертизы не позволяли выявить состав преступлений, который позволил бы суду признать С.П. Мавроди виновным. В рамках уголовного дела экспертиза была проведена успешно, и эксперты пришли к однозначному выводу об установлении факта сокрытия налогов.

Рассмотрим, что понимается под «судебной налоговой экспертизой» в настоящее время? Законодательно определение «налоговая экспертиза» не закреплено. В Налоговом кодексе РФ в ст.95 закреплены положения проведения экспертиз, однако в законе не уточнено какие экспертизы проводятся и их понятие.

В связи с этим возникают различные точки зрения на определение понятия «судебная налоговая экспертиза». Так, З.М. Казачкова и В.А. Казачков в своей работе дают следующее определение: «В узком, отраслевом значении налоговая экспертиза – это экспертиза, назначаемая налоговым органом в рамках процедуры налогового контроля» [5]. С данным определением можно частично согласиться. Экспертиза в соответствии с Налоговым кодексом п.3 ст.95 «назначается постановлением должностного лица налогового органа, осуществляющего выездную налоговую проверку, если иное не предусмотрено настоящим Кодексом». Но в определении содержатся только указания на то, кем назначается экспертиза, но не раскрывается ее сущность.

Рассматривая налоговую экспертизу с научной точки зрения, В.В. Голикова дает следующее определение: «Судебная налоговая экспертиза - это исследование первичных учетных документов, используемых при определении элементов налогообложения, регистров учета и отчетности, основанное на использовании специальных знаний в области бухгалтерского учета и налогового законодательства и направленное на установление правильности исчисления и полноты уплаты налогов и страховых взносов, а также выявление нарушений требований налогового законодательства» [6]. На наш взгляд данное авторское определение, наиболее полно отражает суть судебной налоговой экспертизы.

С.Э. Сарыгина, формулируя определение исследуемого понятия, ссылается на В.В. Голикову и отмечает, что судебная налоговая экспертиза представлена самостоятельным родом экономических экспертиз [7].

Проблема, связанная с выделением судебно-налоговой экспертизы в отдельный род (вид) судебно-экономической экспертизы, имеет остро-дискуссионный характер.

Позиции ученых по данному вопросу можно разделить на две группы: одни авторы поддерживают и обосновывают необходимость существования судебно-налоговой экспертизы в качестве самостоятельного рода (вида), другие считают возможным решать вопросы, связанные с налогообложением, в рамках уже существующих судебно-бухгалтерской или финансово-экономической экспертиз.

Так, Е.С. Дубоносов в классе судебно-экономических экспертиз выделяет финансово-экономическую, финансово-кредитную и бухгалтерскую экспертизы, но при этом не выделяет налоговую экспертизу в отдельный род судебный экспертиз [8].

Е.Р. Россинская считает, что такие формирующиеся судебные экспертизы как налоговая, нашли свое место в уже существующих классах судебных экспертиз [9].

В свою очередь, И.И. Кучеров высказывается в пользу выделения налоговой экспертизы в самостоятельный вид экономических экспертиз. По мнению автора, экономическая, бухгалтерская и другие судебные экспертизы в делах, связанных с налоговыми преступлениями, не решают полностью задачи, стоящие при расследовании подобных уголовных дел [10]. Так же и В.В. Голикова в своей диссертационной работе предлагает вынесение судебной налоговой экспертизы в отдельный род судебной экономической экспертизы [11].

По нашему мнению, выделение судебной налоговой экспертизы в отдельный вид судебной экономической экспертизы является наиболее рациональным так, как у каждого вида экспертиз есть собственные обособленные задачи, которые они призваны решать. Путь причисления судебной налоговой экспертизы к уже имеющимся экспертизам (судебно-бухгалтерской, судебно-финансовой) ведет к нарушению предметной области других экономических экспертиз.

Таким образом, по результатам краткого исследования можно получить следующие выводы:

1. В настоящее время в России судебная налоговая экспертиза является одной из наиболее востребованных экспертиз, но отсутствуют унифицированные теоретические и методические рекомендации по организации и проведению этой экспертизы.

2. Необходимо установить законодательное закрепление понятия «судебная налоговая экспертиза», что позволит избежать различных толкований.

3. Следует утвердить единую национальную классификацию судебных экономических экспертиз и четко определить место судебной налоговой экспертизы в данной классификации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020. [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/c07038c724cae52fe849aad193a0eac08bda5f93/ (дата обращения: 11.11.2020 г.).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 Федеральный закон № 146-ФЗ ред. от 20.07.2020. [Электронный ресурс] // Консультант Плюс/ - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/fd3039f558e14477ce752eb9789b02a023fbc006/ (дата обращения: 11.11.2020 г.)
3. Основные статистические данные о деятельности органов прокуратуры. Статистические сборники «Состояние преступности в России» за 2016 – 2020 гг. [Электронный ресурс] // Генеральная прокуратура. - URL: https://genproc.gov.ru/stat/data/ (дата обращения: 11.11.2020 г.).
4. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации. Федеральный закон от 18.12.2001 № 174-ФЗ ред. от 27.10.2020. [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34481/163a9531661e3d3fd143be93c3eb61c84ba333ef/ (дата обращения: 11.11.2020 г.).
5. Казачкова З.М., Казачков В.А. Экспертиза в налоговом праве и процессе: инструментальный подход. [Электронный ресурс] // Мудрый юрист. - URL: https://wiselawyer.ru/poleznoe/100245-ekspertiza-nalogovom-prave-processe-instrumentalnyj-podkhod (дата обращения: 11.11.2020 г.)
6. Голикова В.В. Судебная налоговая экспертиза в уголовном судопроизводстве. [Электронный ресурс] // Cyberleninka. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sudebnaya-nalogovaya-ekspertiza-v-ugolovnom-sudoproizvodstve (дата обращения: 11.11.2020 г.).
7. Сарыгина Э.С. Особенности тактики назначения судебной налоговой экспертизы. [Электронный ресурс] // Юридические исследования. – 2020. – №7. – С. 1-12. DOI: 10.25136/2409-7136.2020.7.33595. – URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=33595 (дата обращения: 11.11.2020 г.).
8. Дубоносов Е.С. Судебная бухгалтерия / Е.С. Дубоносов [Текст] // Налоговый учет для бухгалтера. - 2005. № 7. 2005. – С. 21.
9. Россинская Е.Р. Проблемы классификации судебных экспертиз: теоретический и прикладной аспекты [Текст] // Проблемы системных исследований в криминалистике и судебной экспертизе: - М.: МАКС Пресс, 2006. - С. 174-176.

10. Кучеров И. И. Налоговые преступления (теория и практика расследования): монография [Текст] // Состав уголовно-правовых средств борьбы с налоговыми преступлениями - М.: ЮрИнфоР-Пресс, 2015. - С. 48.

11. Голикова В.В. Диссертация на тему: Судебная налоговая экспертиза. Правовые и методологические аспекты. [Электронный ресурс] // DisserCat- электронная библиотека диссертаций. – URL: https://www.dissercat.com/content/sudebnaya-nalogovaya-ekspertiza-pravovye-i-metodologicheskie-aspekty (дата обращения: 11.11.2020 г.).

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ В ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЕ

Чувагина С.Я.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В процессе деятельности субъектов хозяйствования возникают проблемы, связанные с нарушением действующих законодательных актов, что требует вмешательства соответствующих органов для исправления ситуации с целью предотвращение таких нарушений в будущем. Выявленные нарушения требуют открытия уголовных производств. При открытии уголовного производства по таким нарушениям предусматривается проведение судебно-экономической экспертизы, которая позволяет использовать специальные знания, привлекая компетентных специалистов-экспертов.

Экономическая информация — это последовательность сообщений экономического содержания, которые могут быть введены, отражены, сохранены, обработаны, переданы и в целом использованы для принятия управленческих решений на уровне отдельных учреждений или структурных единиц, так и экономики в целом.

Понятие экономической информации является достаточно обширным, так как включает в себя сообщение большого количества групп субъектов экономической деятельности.

Информационному обеспечению судебно-экспертной деятельности в ее различных проявлениях уделяли значительное внимание Р.С. Белкин, А.И. Винберг и другие отечественные и зарубежные авторы.

Однако и на современном этапе развития продолжают оставаться актуальными и дискуссионными вопросы информационного обеспечения, при проведении судебно-экономических экспертиз, в частности финансово-экономической экспертизы [1].

Информационное обеспечение судебной экспертизы, по мнению некоторых исследователей, представляет собой научно-организованный и непрерывный процесс накопления, подготовки и предоставления систематизированной научно-технической информации, необходимой для решения судебно-экспертных задач.

Сведения, имеющиеся в информационной системе, должны быть актуальными, то есть отражать современное состояние науки и техники в определенной области. Полнота информации обеспечивается охватом всех необходимых данных.

Система информационного обеспечения помогает решать важную проблему типологии экспертных задач – принцип их оптимизации.

Объем информационного обеспечения судебно-экспертной деятельности непрерывно растет из-за развития науки и техники, что, безусловно, влияет на увеличение применяемых методик исследования.

При исследовании проблемных вопросов экспертиз судебно-экономического вида также предусматривается создание определенного механизма для рассмотрения конкретной задачи.

Исследование информационного обеспечения судебно-экономических экспертиз проводится в два этапа. Прежде всего, должны быть исследованы действующие нормативно-законодательные акты, регламентирующие процесс судебно-экономической экспертной деятельности.

Вторая составляющая информационного обеспечения — это фактографическая информация. Она представляет собой совокупность

данных экономического характера о производственной и финансово-хозяйственной деятельности предприятия, которые отражены в учетных документах бухгалтерского, оперативного и статистического учетов. Проблематичность этой части информационного обеспечения заключается в принадлежности его к специальным знаниям, что преподносит эксперта по экономическим вопросам на достаточно высокий уровень.

С целью оптимизации информационного обеспечения экспертных исследований целесообразно создать информационную базу экспертных прецедентов.

Информационная модель этой базы должна содержать следующие параметры:

1. перечень экспертных заданий, типовых по содержанию проблемных вопросов, возникающих при проведении экономических экспертиз;

2. необходимые объекты исследований;

3. унифицированные алгоритмы решения приведенных задач;

4. возможные варианты экспертных заключений (категорические, вероятные, альтернативные, условные).

Использование информационной базы экспертных прецедентов позволит:

1. повысить качество экспертных исследований;

2. сократить срок выполнения экспертиз за счет ускорения процесса выбора конкретного алгоритма исследования;

3. определить направления совершенствования существующих экспертных методик или разработка новых.

Проведение финансово-экономической экспертизы предполагает исследование экспертом документов бухгалтерского, налогового учета и отчетности, исследование документов экономической деятельности предприятий и организаций, документов, отражающих проведение финансово-кредитных операций и тому подобное. К задачам этой экспертизы относят документальное обоснование:

1. размера недостачи или излишков товарно-материальных ценностей и денежных средств, периода и места их образование;

2. правильности оформления операций по получению, сохранению, изготовлению, реализации товарно-материальных ценностей, основных средств, предоставлению услуг;

3. отражение в учете денежных средств, ценных бумаг;

4. отражение в учете операций по начислению и выплате заработной платы и других выплат;

5. экономических убытков, понесенных предприятием вследствие недобросовестного выполнения договорных обязательств;

6. установление соответствия действующему законодательству отражение в налоговом учете валовых доходов и расходов по финансово-хозяйственным операциям.

Предметом экономических экспертиз являются фактические данные о допущенных правонарушениях экономического характера, в частности:

1. злоупотребления в ведении бухгалтерского учета и контроля, в организации производства, распределения продукции;

2. нарушение методики и нормативов при планировании, финансировании и кредитовании хозяйственной деятельности;

3. причинение производственной, предпринимательской деятельности материального ущерба или препятствование своевременному выявлению фактов, которые приводят к неэффективному, убыточного производства [2].

Объектом исследования экономических экспертиз является информация, содержащаяся: в определенных материалах оперативных дел, первичных сводках, отчетных бухгалтерских документах, учредительных, регистрационных, договорных, финансовых, банковских, планово-экономических, статистических, ревизионных, инвентаризационных, таможенных, приватизационных, налоговых и подобных им материалах.

Постоянные изменения и неоднозначность норм законодательства и изменения в техническом и информационном обеспечении осуществления хозяйственной деятельности продолжают способствовать совершению преступлений экономического характера. Раскрытие экономических преступлений невозможно без беспристрастной, достоверной, полной и аналитической информации, отраженной в документах бухгалтерского учета, подтверждающей необходимость для их расследования использовать специальные знания по бухгалтерскому учету [3].

Все экономические экспертизы основываются на информации. Информацию формирует бухгалтерия компании, которая включает в себя бухгалтерскую и налоговую отчетность, регистры бухгалтерского и налогового учета, так же первичные документы, которые сопровождают каждый факт хозяйственной жизни.

Все разнообразие отношений, в которые предприятие вступает с субъектами внешней среды, базируется на финансовой информации об этом предприятии, что позволяет оценить возможность практической реализации своих экономических интересов во взаимоотношениях с ним.

Финансовая информация — набор данных, которые находятся в систематизированной определенным образом форме.

Каждое предприятие распоряжается тремя потоками финансовой информации: нормативной, плановой и фактической. Однако, внешнему пользователю доступны лишь фактические данные о финансовом состоянии предприятия. Это обстоятельство усложняет задачу пользователя из расчета уровня рисков, поскольку наиболее надежный способ оценки уровня риска, чем дистанции между плановыми и фактическими данными, внешнему пользователю недоступен [4].

В условиях рыночной экономики спрос на финансовую информацию очень высок.

Особенностями финансово-кредитной информации также являются:

1. отражение финансово-хозяйственной деятельности учреждений в виде числовых показателей в десятичной системе счисления;

2. появление на уровне элементарных структурных единиц и передается по структуре снизу-вверх;

3. размещение на материальных носителях (в основном документы);

4. может иметь визуальную, графическую формы, изображаться в виде графиков, диаграмм и т. д;

5. может иметь электронную форму документооборота.

Противодействие преступлениям в сфере экономики обуславливает потребность использования специальных экономических знаний. Пользователи таких специальных знаний, должны учитывать различия в предмете различных видов судебно-экономической экспертизы [5], кругу решаемых этими экспертизами вопросов, а также учитывать их значение для доказывания в уголовном судопроизводстве.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Сегай М.Я., Стринэгса В.К. Типология экспертных задач: методологические аспекты // Криминалистика и судебная экспертиза. Киев, 1988. Вып. 37. С. 9- 18.

2. Ушаков А.Ю. Участие специалиста в расследовании экономических преступлений: Уголовно-процессуальные аспекты: автореф. дисс.: спец. 12.00.09. // Н. Новгород, 2008. – 30 с.

3. Сущинская, М.Д. Социальная экспертиза: учебное пособие для академического бакалавриата / М.Д. Сущинская, Т.В. Власова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 153 с.

4. Судебная бухгалтерия. А.М. Бандурка, В.А. Лукин, В.Д. Поникаров, Л.А. Беляева. – М.: Бухгалтерский учет, 2010.

5. Судебная экспертология. Общетеоретические и методологические проблемы судебных экспертиз: Учебное пособие / Винберг А.И., Малаховская Н.Т.; Отв. ред.: Викторов Б.А. - Волгоград: НИиРИО ВСШ МВД СССР, 1979. - 183 с.

АНАЛИЗ ФИНАНСИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ НА 2021-2023 ГОДЫ

Чувашева Т.А.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность разработки в 2018 году национальных проектов во многом обусловлена необходимостью обеспечение прогрессивного научно-технического и социально-экономического развития Российской Федерации. Указом Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» были приняты тринадцать национальных проектов [1].

В каждом национальном проекте были определены основные результаты, к которым необходимо прийти к 2024 году, в рамках реализации данных проектов. В таблице 1 представлены основные цели утвержденных национальных проектов, а также комплексного плана, принятого Постановлением Правительства РФ № 1288 от 31.10.2018 г. «Об организации проектной деятельности в Правительстве России».

Таблица 1.

Основные цели национальных проектов РФ [2]

№	Наименование национального проекта	Цель национального проекта
1	«Демография»	увеличение продолжительности жизни до 67 лет, увеличение рождаемости детей, повышение интереса граждан к здоровому образу жизни
2	«Здравоохранение»	снижение смертности трудоспособного населения и младенцев, борьба с сердечно-сосудистыми, онкологическими заболеваниями, увеличение кадрового состава, укомплектованности больниц, осуществление профилактических осмотров граждан, доступность граждан в мед. учреждения, цифровизация здравоохранения
2	«Образование»	вхождение РФ в десятку стран по качеству образования, развитие нравственно-духовных качеств, исторических, культурных традиции у подростков
4	«Жилье и городская	доступность жилья населению со средним доходом,

	среда»	увеличение строительства жилого фонда, обеспечение комфортабельности городской среды, повышение роли граждан в решение вопросов, связанных с обустройством городской среды
5	«Экология»	эффективное обращение с отходами, ликвидация незаконных свалок, снижение не менее чем на 20% доли выброса загрязняющих веществ в атмосферу, очищение водных объектов, увеличение биологического разнообразия, борьба с незаконным вырубом лесов и их воспроизводство
6	«Безопасные и качественные автомобильные дороги»	приведение дорог к нормативным требованиям, увеличение количества трасс, использование качественного и экономического материала и технологий при работе, создание условий, позволяющих сократить уровень ДТП и гибели в них людей
7	«Производительность труда и поддержка занятости»	увеличение на несырьевых предприятиях уровня производительности и повышение с нарастающим итогом количества данных предприятий, повышение уровня заинтересованности субъектов в данном проекте
8	«Наука»	вхождение в 5 лучших стран мира по научным и исследовательским разработкам, повышение заинтересованности в работе молодых ученых
9	«Цифровая экономика РФ»	увеличение в 3 раза затрат на развитие цифровой экономики, разработка и использование национального оборудования органами власти, разработка и введение безопасной информационной системы для объема хранения и использования информации
10	«Культура»	увеличение на 15% посещаемости учреждений в сфере культуры, увеличение интереса к цифровым ресурсам в 5 раз в сфере культуры
11	«Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы»	увеличение количества малого и среднего предпринимательства на территории РФ, их поддержка государством, увеличение численности работников на данных предприятиях, увеличение доли экспорта нарастающим итогом
12	«Международная корпорация и экспорт»	увеличение объема экспорта следующих объектов: несырьевых неэнергетических товаров, продукции агропромышленного комплекса, услуг, сельскохозяйственной продукции, обрабатывающей промышленности, повышение эффективного разделения труда
13	Комплексный план модернизации и расширение магистральной инфраструктуры	развитие транспортных коридоров для перевозки грузов через РФ, увеличение железнодорожной, авиационной, морской, речной, автомобильной инфраструктуры с целью увеличения взаимодействия между территориями РФ

Следовательно, цели национальных проектов РФ направлены на достижение прогрессивных результатов социально-экономического развития

страны, а также создание новых масштабных объектов. Каждый национальный проект РФ подразделяется на федеральные проекты, в рамках которых в дальнейшем происходит распределение выделенных бюджетных ассигнований.

В связи с тяжелой экономической ситуацией в мире, в том числе и в России, вызванной распространением коронавирусной инфекции, в 2020 году бюджет РФ стал дефицитным, возросла роль концентрированных краткосрочных расходов, уменьшились налоговые поступления. Запланированные денежные средства на использования в рамках реализации нацпроектов перераспределяются на иные цели. Если в июле на нацпроекты было переведено 190.5 млрд. рублей, то в августе уже только 112.1 млрд. рублей. Важными на сегодняшний день остаются в рамках финансирования следующие проекты: «Здравоохранение», «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», так на них выделено к августу 2020 года 62.5% и 60.9% всех запланированных денежных средств, по другим проектам уровень исполнения не превышает 50% плана [3].

Кроме того, с целью поддержки благополучия населения, улучшения обстановки в стране, достижения финансовой устойчивости Указом Президента РФ №474 от 21.07.2020 г. определены основные национальные цели развития страны до 2030 года:

- сохранение населения, здоровье и благополучие людей;
- возможности для самореализации и развития талантов;
- комфортная и безопасная среда для жизни;
- достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство;
- цифровая трансформация [4].

В результате необходимо привести национальные проекты к вышеуказанным целям, следовательно, предполагается продлить исполнение национальных проектов до 2030 года, что должно способствовать

повышению уровня и качества жизни населения, развития экономики, уменьшения безработицы, повышения доходов населения.

Все перечисленные факторы были учтены при составлении раздела проекта федерального бюджета, связанного с ассигнованием национальных проектов на 2021 год и на плановый период 2022-2023 годов. В таблице 2 установлены запланированные расходы, связанные с реализацией национальных проектов РФ за период с 2020 по 2023 годы.

Таблица 2.

Запланированные расходы федерального бюджета в рамках реализации национальных проектов РФ на период 2020-2023 годы, млрд. рублей [5]

Национальные проекты	2020 г.	2021 г.				2022 г.				2023 г.			
	сумма	сумма	абс. откл. +/-	отн. откл. %	уд. вес, %	сумма	абс. откл. +/-	отн. откл. %	уд. вес, %	сумма	абс. откл. +/-	отн. откл. %	уд. вес, %
Всего:	1982.7	2245.8	263.1	13.3	100	2608.5	362.7	16.2	100	2780.5	172.0	6.6	100%
«Демография»	616.0	742.5	126.5	20.5	33.1	762.4	19.9	2.7	29.2	855.9	93.5	12.3	30.8
«Здравоохранение»	299.7	243.2	-56.5	-18.9	10.8	251.1	7.9	3.2	9.6	212.1	-39.0	-15.5	7.6
«Образование»	125.9	171.6	45.7	36.3	7.6	155.7	-15.9	-9.3	6.0	184.6	28.9	18.6	6.6
«Жилье и городская среда»	105.3	102.6	-2.7	-2.6	4.6	125.7	23.1	22.5	4.8	178.4	52.7	41.9	6.4
«Экология»	88.0	108.0	20.0	22.7	4.8	131.9	23.9	22.1	5.1	140.3	8.4	6.4	5.0
«Качественные автомобильные дороги»	104.3	117.4	13.1	12.6	5.2	34.0	-83.4	-71.0	1.3	26.3	-7.7	-22.6	0.9
«Производительность труда и поддержка занятости»	6.9	6.4	-0.5	-7.2	0.3	6.9	0.5	7.8	0.3	7.2	0.3	4.3	0.3
«Наука»	47.4	54.9	7.5	15.8	2.4	76.3	21.4	39.0	2.9	97.8	21.5	28.2	3.5
«Цифровая экономика РФ»	124.2	150.2	26.0	0.9	6.7	211.1	60.9	40.5	8.1	190.7	-20.4	-10.0	6.9
«Культура»	14.7	21.7	7.0	47.6	1.0	24.3	2.6	12.0	0.9	25.1	0.8	3.3	0.9
«Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной	38.5	56.3	17.8	46.2	2.5	61.0	4.7	8.3	2.3	78.7	17.7	29.0	2.8

предпри-нимател-ьской инициа-тивы»													
«Между-народная кооперация и экспорт»	74.6	97.5	22.9	30.7	4.3	206.0	108.5	111.3	7.9	193.0	-13.0	-6.3	6.9
Комплек-сный план	337.2	373.4	36.2	10.7	16.6	562.2	188.8	50.6	21.6	590.4	-28.2	-5.0	21.2

Расходы на реализацию нацпроектов в 2021 году должны увеличиться на 263.1 млрд. рублей по сравнению с плановым уровнем 2020 года, в 2022 году - на 625.8 млрд. рублей, и в 2023 году - на 797.8 млрд. рублей. Ежегодно увеличивается плановый объем финансирование таких национальных проектов как «Демография», «Образование», «Цифровая экономика», при этом в 2021 году уменьшится выделение денежных средств на «Здравоохранение» на 56.5 млрд. рублей. За три года планируют увеличить объемы финансирования по нацпроектам «Международная корпорация и экспорт» в два раза, «Наука» на 78.0%, «Жилье» на 73.9%.

Основной прирост финансирования в 2021 году наблюдается по проектам «Культура» (на 47.6%), «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» (на 46.2%), «Образование» (на 36.2%). В последующие годы наблюдается тенденция на незначительное увеличение, а по проекту «Образование», и во все, прогнозируется уменьшения поступлений к 2023 году.

В период с 2021 по 2023 годы более половины всех запланированных ассигнований предусмотрено выделить на два нацпроекта «Демография» и «Здравоохранение», а также на комплексный план (в 2021 году – 60.5%, в 2022 году – 60.4%, в 2023 году – 59.6%), при этом заметно уменьшится общий уровень финансирования федеральных программ в сфере образования, как уже было отмечено выше. При этом расходы на программы «Культура» (в 2021 году – 1.0%, в 2022, 2023 годах – 0.9%), «Производительность труда и поддержка занятости» (в 2021, 2022, 2023 годах - 0.3%) останутся на прежнем уровне и будут самыми низким.

При реализации национальных проектов в 2021-2023 годах должны быть устранены недостатки, выявленные за прошедшие периоды. Так, необходимо увеличить исполнение расходов на реализации всех проектов в вышеназванный срок, а также достигнуть результатов запланированных показателей на конец исследуемого периода до 2023 года. Кроме того, выявляются случаи, когда при практически полном использовании бюджетных ассигнований, выделенных в рамках реализации одного из национальных проектов, плановые результаты не достигнуты в полном объеме. Одной из основных причин этого является расходование бюджетных средств на цели, которые противоречат целям установленных национальным проектом федерального бюджета. Следовательно, нарушается не только бюджетный процесс, но и бюджетное законодательство РФ, что оказывает негативное влияние на состояние национальной экономической системы в целом и нормальное функционирование государственных и муниципальных органов власти, что неизбежно подрывает их авторитет у граждан.

Таким образом, для достижения положительных результатов исполнения национальных проектов РФ на плановый период до 2023 года необходимо улучшить экономическую обстановку в стране, а также необходимо осуществлять постоянный контроль за направлениями расходования денежных средств выделенных в рамках национальных проектов, что особенно сложно в период экономического кризиса, вызванного пандемией COVID-19.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 (ред. от 21.07.2020) № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [Электронный ресурс]: // Консультант Плюс. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_ LAW_297432/ (дата обращения: 20.11.2020).

2. Общие вопросы реализации национальных проектов [Электронный ресурс]: // Официальный сайт Правительства Российской Федерации. - URL: http://government.ru/rugovclassifier/660/events/ (дата обращения: 20.11.2020).

3. Национальные проекты остались без половины денег [Электронный ресурс]. - URL: https://m.lenta.ru/news/2020/09/10/no_money/amp/ (дата обращения: 22.11.2020).

4. Указ Президента РФ от 21.07.2020 г. №474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» [Электронный ресурс]: // Консультант Плюс. - URL: https://vk.com/away.php?to=http%3A %2 F%2Fwww.consultant.ru%2Fdocument %2Fcons_doc_LAW_357927%2F&cc_key (дата обращения: 23.11.2020).

5. Заключение Счетной палаты Российской Федерации на проект федерального закона «О федеральном бюджете на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов» [Электронный ресурс]: // Официальный сайт Счетной палаты Российской Федерации. - URL: https://ach.gov.ru/upload/iblock/bb9/bb955e16ddbb60ce8a85a7be0d45f604.pdf (дата обращения: 23.11.2020).

Секция 4. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО И ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

Адуко М. А. Э. М.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность антикризисного управления персоналом определяется сегодняшней экономической ситуацией, которая часто меняется. Предприятия должны адаптироваться и реагировать адекватно и оперативно на все изменениям, вызванные внешними и внутренними факторами. В этой статье будут рассмотрены факторы, принципы и система антикризисного управления персоналом организации.

Один из главных факторов, заставляющих предприятия пользоваться антикризисным управлением персоналом, является кризис.

При наличии типологии и понимания природы кризиса, можно снизить его остроту, сократить период и продолжительность и обеспечить безболезненное развитие предприятия.

Кризис черпает свою специфику из того, что, даже будучи локальным кризисом или микрокризисом, как цепной реакцией, он может дойти до системы в целом или до всей проблемы развития, поскольку все элементы системы разделяют органическое взаимодействие и проблемы не могут решаться индивидуально. Однако это происходит в случае отсутствия антикризисного управления, отсутствия мер и средств локализации кризиса, ограничения и снижения его остроты, или, наоборот, при наличии преднамеренной мотивации развития кризиса. [1]

После рассмотрения первого фактора можно сказать, что вторым фактором является человеческий фактор. Организация, как известно, представляет собой сложную систему, состоящую из социальных взаимодействий и взаимосвязей, своего рода живой и развивающийся по определенным законам организм. Между различными частями организации существуют отношения, характеризующиеся совместным набором сотрудничества и конкуренции. Это означает, что в процессе своей работы сотрудники, таким образом, зависят друг от друга, преследуя при этом собственную выгоду. Жизнь и эволюция любой организации зависят от возникновения и постоянного разрешения противоречий в борьбе внутренних и внешних сил. Противоречия иногда могут принимать такие острые формы и характеры, что возникают конфликты.[2] Можно сказать, что конфликт является ссорой, противопоставлением целей, интересов, позиций, взглядов или мнений двух или более людей. Конфликт может быть функциональным, то есть позитивным, или быть дисфункциональным, то есть негативным, иметь негативные воздействия на персонал, его деятельность и так же отрицательно влиять на результаты организации.

Как кризис, конфликты в организациях, иногда желательны и полезные для их роста, в случае возможности их прогнозирования и эффективного решения по их устранению.

Управление персоналом - это совокупность методов, применяемых для управления, мобилизации и развития людских ресурсов, участвующих в деятельности организации. Успех предприятия обеспечивается его персоналом. В связи с этим, в настоящее время крайне важно возложить на сотрудников предприятия большое число функций управления предприятием и его деятельностью. В настоящее время существует множество различных методов и подходов к управлению людскими ресурсами. Однако, к сожалению, даже во время кризиса важность методов управления людскими ресурсами по-прежнему недооценивается многими

руководителями компаний. Поскольку деятельность компании в ее нормальном состоянии полностью отличается от деятельности в условиях кризиса, сотрудники вынуждены решать более сложные задачи на всех уровнях. Кризисное управление должно, во что бы то ни стало, отличаться от обычного управления компанией.

Помимо формальной организации работы, антикризисное управление персоналом предполагает еще и комплекс факторов морального и социально-психологического характера, то есть демократический стиль управления, внимание к потребностям персонала и многое другое. Принципы антикризисного управления представлены на рис.1.

Рис.1. Принципы антикризисного управления

Значительные изменения, последствия кризисов на социальном, экономическом и политическом уровнях, являются обязательным для учета фактором для каждого человека, для его стабильности, существования и роста. В таких условиях антикризисное управление персоналом относится к решению ряда вопросов адаптации персонала к внутренним и внешним

условиям развития и функционирования предприятия. Особое внимание следует уделить анализу мотивационных установок, возможностей и способов их формирования и реализации по отношению к целям компании. В том числе при этом необходимо решать некоторые проблемы, такие как: проблемы взаимодействия, руководства и организации с профсоюзами и службами занятости, безопасность персонала. Наиболее важными в организации являются работники, а дальше - потребители и клиенты. Поэтому крайне важно направить ум и сознание персонала в направлении клиента, а не босса; на прибыль, а не на расточительность; на новатора, а не на механического исполнителя, даже сложного; перейти к социальным нормам, основанным на твердой экономике, не говоря уже о моральной и духовной составляющей.

Система антикризисного управления персоналом представляет собой совокупность подсистем общего и линейного управления, причем ряд функциональных подсистем имеет своей задачей выполнение однородных функций и взаимосвязей между ними. Функциональная подсистема системы антикризисного управления на предприятии представлена на рис.2.

Рис. 2. Подсистема системы антикризисного управления

Сама организация и управление функциональными и производственными процессами осуществляются общей и линейной подсистемой управления. Руководитель, его заместители и их помощники выполняют различные функции подсистемы.

О важной стратегической направленности системы антикризисного управления персоналом свидетельствует эффективное использование кадрового маркетинга. Это может быть сделано по-разному: поиск и набор студентов в процессе обучения, в конце цикла или выпускающихся студентов. Они могут, по возможности, работать на предприятии во время отпуска или после получения дипломов, сопровождение в переходе в трудовую жизнь, поддержка и сопровождение в подготовке и защите диссертаций, выгодное партнерство с государственной службой занятости.

Еще одним стратегическим направлением антикризисной системы управления персоналом является совершенствование и развитие профессии.

Иными словами, работник должен приобретать новые навыки, способности и квалификацию, необходимые для занятия новых должностей.

Создание и формирование культуры, духа и образа собственного предприятия также представляет собой стратегическую цель антикризисной системы управления персоналом.

Рассматривая такие показатели деятельности фирмы, как выручка, прибыль, рентабельность персонала необходимо отметить, что в случае кризиса, при снижении данных показателей, руководство предприятия должно оперативно и эффективно реагировать на изменение этих показателей и совершенствовать деятельность по управлению персоналом. Один из самых простых способов организации обратной взаимосвязи с персоналом является проведение анкетирования или опроса среди работников. Опрос может изучать такие темы как удовлетворенность сотрудников работой на предприятии, уровень заработной платы и система ее начисления, меры социальные поддержки. На основании результатов опроса и анкетирования, организация должна принять меры, направленные на совершенствование своей деятельности через улучшение качества работы своего персонала. Это можно осуществить на основе принципов управления людскими ресурсами.

Принципы управления людскими ресурсами (ПУП) - это правила, принципы и стандарты, которым любой менеджер или профессионал должен следовать и применять в процессе управления.[4]

Все разнообразие ПУП делится на общие, конкретные и частные принципы. Общие принципы регулируют любую деятельность государственных административных органов. К ним относятся: наука, мораль, законность.

Конкретные принципы, определяющие управление кадровым потенциалом в хозяйственных организациях: принципы оптимизации

кадрового потенциала предприятия, принцип взаимодополняемости управленческих ролей на предприятии, принципы формирования единого кадрового потенциала кризисного предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Клименко К. А. Оценка результативности управления персоналом // Молодой ученый. — 2016. — № 10. — С. 736–739.

2. Егоршин А. П. Управление персоналом. — Н. Новгород, НИМБ, 2011. — С. 67.

3. Фальцман В. К., Давыдова Л. А. Основы управления предприятия. – М.: ТЕИС, 2016 — С. 12.

4. Аксенова, Е. А. Управление персоналом: Учебник для вузов/Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ, 2017. - 560 с.

5. Згонник, Л. В. Антикризисное управление [Электронный ресурс]: Учебник / Л. В. Згонник. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 208 с.

6. Рыжиков, С. Н. Курсовая работа в профессиональной образовательной организации СПО: учебно-методическое пособие / С.Н. Рыжиков. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 345 с.

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ БИЗНЕСА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНОЛОГИЙ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Вербин Д. А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность исследования проблем развития различных отраслей в цифровой экономике обусловлено тем, что стремительный рост доступности и внедрения цифровых технологий практически во все сферы нашей жизни создает как необычайные возможности, так и несет с собой уникальные вызовы. Необходимой становится осознание и грамотная оценка

эффективности государственной поддержки инноваций, в том числе, в области цифровой экономики. Цифровое предпринимательство в экономике является важнейшим фактором инновационного развития системы. Оно изменяет структуру, цели и сетевые механизмы всей бизнес–системы и, в конечном счете, влияет на различные уровни и измерения инновационного развития макро, мезо и микроэкономических систем.

Сегодня экономический рост невозможен без использования информационно–коммуникационных технологий, поскольку они охватывают все более разнообразные сферы экономической деятельности и создают новые возможности для социально–экономического развития. Глобализация, трансформация потребительского поведения, мобильность, доступность информации – вот тенденции нашего времени. Цифровые технологии радикально меняют мировую экономическую систему. Формирование эффективной цифровой экономики открывает значительные возможности для создания и развития бизнеса, формирования новых инвестиционных потоков, аккумуляции человеческих и финансовых ресурсов всего мира. Переход от традиционных отраслей к цифровой экономике происходит быстрыми темпами, видоизменяя сложившиеся бизнес–модели и порождая новые требования к управлению бизнес-процессами как на уровне отдельных предприятий, так и на уровне государства. Цифровая экономика и цифровое предпринимательство выступают в качестве важнейшего двигателя прогресса в области создания инноваций, обеспечения конкурентоспособности и экономического роста в мире.

В настоящее время, мировая практика показывает, что цифровые технологии наиболее широко используются при управлении бизнес-процессами в торговле и интернет – услугах, электронной коммерции, интернет–банкинге, электронных платежах, онлайн–рекламе, онлайн–играх и др.

По имеющимся оценкам, доля цифровой экономики в ВВП развитых стран в 2015–2019 годах увеличилась с 4,3% до 5,5%. В то же время в

развивающихся странах этот показатель изменился с 3,6% до 4,9% [1,2]. В России эта доля составляла 1,9% в 2015 году и выросла до 2,8% в 2019 году. Несмотря на сравнительное отставание, наша страна демонстрирует достаточно позитивную динамику: можно отметить значительное увеличение доли цифровой экономики в ВВП РФ по сравнению, например, с Бразилией или Австралией, где этот прирост за указанный период составил 0,2% и 0,3% соответственно. Мировым лидером по доле цифровой экономики в ВВП является Великобритания – 12,4%. При этом, необходимо отметить, что цифровой рынок Китая, страны с наибольшим числом пользователей Интернета в мире (более 720 миллионов человек), существует изолированного от мирового рынка цифровых продуктов и услуг [3].

Развитию цифровой экономики в России уделяется значительное внимание высшим руководством страны. Это осуществляется в рамках реализации национальных стратегий и приоритетных национальных проектов. 9 мая 2017 года был издан указ «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы», которым определена программа мероприятий по развитию экономики России на среднесрочную перспективу с учетом возможностей ее информатизации и цифровизации. Для реализации данной стратегии 28 июля 2017 года правительство Российской Федерации издало распоряжение об утверждении Программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [4].

При этом ключевой компетенцией, определяющей конкурентные преимущества различных направлений бизнеса в цифровой экономике будущего, становится аналитика больших данных. Внедрение цифровых технологий приводит к существенным изменениям кадровых потребностей и требований к специалистам различных областей в условиях цифровой экономики, к которым можно отнести:

1. снижение спроса на некоторые профессии;
2. сокращение жизненного цикла профессий;

3. трансформацию компетентностных профилей некоторых категорий персонала;

4. возникновение новых ролей и профессий;

5. повышение требований к гибкости и адаптивности персонала;

6. повышение требований к soft skills;

7. рост спроса на специалистов, обладающих «цифровой ловкостью».

Соответствующая роль государства в экономике не является статичной. Она должна изменяться вместе с экономикой и технологиями. Эта эволюция государственного управления должна идти более быстрыми темпами, чем это было в прошлом, в ответ на стремительную цифровую революцию и возникающие новые политические вызовы. В цифровую эпоху не существует универсального подхода к роли правительства. Понимание политической системы страны, местных компетенций в государственном и частном секторах, а также истории прошлых успехов и неудач правительства может служить руководством для прогрессивно гибкого и предприимчивого правительства, способного эффективно руководить государством в эпоху цифровой эпохи.

Внедрение инновационных технологий, особенно в сфере цифровых технологий, в наше время очень важно. В качестве примера внедрения цифровых технологий в Российской Федерации можно привести использование специальных мобильных приложений для обнаружения первых симптомов простуды или кровотечения, посредством использования данного приложения рабочие находятся под тщательным медицинским контролем. Кроме того, для мониторинга состояния здоровья работников применяют IIoT–устройства (устройства промышленного интернета вещей), которые могут передавать информацию по самочувствию каждого рабочего: пульс, частота сердечных сокращений, уровень насыщения крови кислородом. При возникновении опасной ситуации посредством

использования IIoT–устройства тревожный сигнал незамедлительно поступает на пульт охраны.

Кроме того, с целью повышения работоспособности сотрудников некоторых отраслей, в том числе, в строительной отрасли можно использовать программы тестирования физической формы, которые предлагают работодателям точные, научно–обоснованные средства диагностики физической подготовленности сотрудников для определения профпригодности при выполнении работ. Таким образом, система тестирования физических способностей потенциальных работников обеспечит большую эффективность в случае ее реализации с использованием цифровых технологий.

Во время всемирной пандемии COVID–19 сбор и обработка данных с помощью цифровых технологий общественного здравоохранения могут выступать в качестве важных средств, направленных на ослабление мер изоляции и смягчения ее последствий. Однако этические и правовые границы внедрения цифровых инструментов для целей эпиднадзора и контроля заболеваний до конца остаются неясными для организаций и граждан. Во всем мире быстро развивается дискуссия о перспективах и рисках мобилизации цифровых инструментов для общественного здравоохранения. Одним из новшеств, которое может использоваться как государством, так и отдельными частными компаниями, является использование беспилотных летательных аппаратов (дронов). Дроны – это новейшая технология, которая, помимо повышения эффективности работы и помощи в составлении карт и анализе данных, может использоваться при обследовании и мониторинге текущей деятельности, например, на строительном объекте любой высоты. Использование беспилотных летательных аппаратов обеспечит контроль работы на предмет угроз безопасности, поскольку дрон способен перемещаться в места, опасные для работников, где имеется ограниченное пространство, незавершенный объект или нестабильное сооружением. Соответственно, использование дрона может приводить к сокращению затрат

на определенные виды работ и снизить опасность на работников, которые ранее осуществлялись людьми. Несмотря на рост и развитие сферы информатизации и связи, основными проблемами данной сферы являются медленный процесс внедрения электронных государственных и частных услуг, отсутствие механизмов перевода бумажных документов в электронный вид. Также проблемами являются наличие технических и организационных недостатков, разница в поколениях и социальном статусе (не все люди могут одинаково пользоваться электронными услугами) и консервативность работников. Для того чтобы изменить ситуацию, необходимо иметь сотрудников с профессиональными знаниями и использовать самые современные и эффективные разработки в области программного обеспечения.

В настоящее время становится очевидным, что для дальнейшего развития цифровой экономики необходимы институциональные изменения в управлении наукой и инновациями. Прежде всего, развитие государственных органов и организаций, способных эффективно, последовательно и целенаправленно заниматься администрированием в данной сфере. Также необходимо увеличить как государственное, так и частное финансирование развития сектора информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), которое включает в себя научно – техническое развитие, без которого инновации в современном мире просто невозможны. Наконец, необходимо готовить как специализированных специалистов, так актуализировать знания и навыки граждан в области ИКТ. Оба направления приводят к развитию цифровой экономики, вовлекая в нее пользователей и потребителей товаров и услуг, созданных на основе новых технологий. И речь здесь идет не только о повышении покупательной способности, но и об улучшении жизни людей с использованием цифровых технологий.

Таким образом, ускорение научно-технического прогресса и цифровая трансформация несут с собой огромные выгоды для экономики различных стран.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Яшин С.Н., Борисов С.А. Развитие цифровой экономики как важнейший вектор государственной политики в РФ: проблемы и перспективы// Государственная власть и местное самоуправление. № 3. 2019. - С. 53-58

2. Кислый С.А. Цифровая экономика и ее роль в экономике России // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: Труды XVI Международной научно–практической конференции. Симферополь. 2017. С. 249–250.

3. Кулик А.М., Коряков Д.П. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития // Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности: Сборник статей по итогам Международной научно–практической конференции. Тюмень. 2018. С. 189–192.

4. О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы: Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203.

НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Груздева Я. Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Весна 2020 года была ознаменована кардинальными изменениями в жизни людей. В конце марта власти Москвы ввели режим самоизоляции, который впоследствии охватил и другие регионы России. Малый и средний бизнес оказались самыми уязвимыми частями предпринимательской сферы, взяв на себя сильнейший удар. Колоссальные убытки, сокращение персонала, рост издержек, потеря выручки в связи со снижением покупательской способности граждан, спроса, и, в целом, общего числа клиентов. Пандемия COVID-19 в России затронула порядка 4,17 млн. компаний и ИП от общего числа 6,05 млн., то есть до 67% малых, средних крупных предприятий и ИП [1]. По данным мониторинга «Мнение малого и среднего бизнеса о мерах государственной поддержки в период эпидемии

коронавируса»: 53,3 % компаний характеризуют свое положение как «кризис» и «катастрофа» [2]. Более половины компаний оценили шанс выживания менее 50%. Многие приостановили свою работу и, к сожалению, так и не возобновили, не справившись с нынешними суровыми реалиями.

Актуальность статьи обусловлена необходимостью перехода предприятий на новый формат эффективной работы в режиме максимального сокращения издержек в условиях постоянно изменяющейся среды.

Среди основных проблем, с которыми столкнулись предприятия,— невозможность платить зарплату и налоги на оплату труда (52,4%), оплата аренды (42,8%), систематические неплатежи со стороны контрагентов (39,1%). [3]. Проблемы, с которыми столкнулись предприятия, оказались невозможными для быстрого решения неповоротливой машиной государственного управления. Среди ключевых минусов – поддержка затрагивает минимальную часть субъектов предпринимательства, а также не все меры поддержки востребованы из-за сложности ее получения. Так, например, более 30% кредитов на сохранение занятости отклонялись, а срок рассмотрения заявок доходил до месяца [1], и это в условиях, когда расходуются последние ресурсы на содержание персонала и на сохранение деятельности компании. В итоге, значительная часть мер господдержки оказалась несвоевременной и недостаточно неэффективной для многих компаний, а некоторые просто не входили в перечень поддерживаемых государством отраслей. Весьма строгие стандарты поддерживаемых отраслей предпринимательства, попросту, многих оставили «за бортом». В связи с этим наблюдался значительный процент компаний (более 50%) недовольных оказанными мерами поддержки федеральных и региональных властей в условиях пандемии [1]. Рассчитывать приходилось только на себя и принимать экстренные антикризисные меры, используя новые бизнес-модели.

Ограничения в туристической индустрии, массовый перевод сотрудников на дистанционный тип работы, закрытие огромного количества оффлайн точек продаж привели к серьезным экономическим изменениям, поэтому своевременная трансформация бизнеса с учетом корректировки на современные реалии стала основополагающим моментом в выживании и сохранении потенциала роста фирм. Организации, оперативно отреагировавшие на изменения этого глобального вызова, смогли пережить кризисный момент с незначительными потерями или даже укрепить положение на рынке. Среди наиболее применяемых стратегий в России и мире, наибольшую действенность в условиях пандемии показали следующие три:

1. Стратегия «тот же продукт, новые каналы продаж»
2. Стратегия «тот же инфраструктура, новый продукт»
3. Стратегия «новая инфраструктура, тот же продукт»

Рассмотрим суть данных стратегий и способы их использования на практике бизнеса. Стратегия «тот же продукт, новые каналы продаж» является проактивной и зарекомендовала себя как наиболее часто употребляемая среди остальных. Компания предоставляет те же продукты/услуги, что и до пандемии, но с использованием новых каналов сбыта. Онлайн-продажи показали себя наиболее эффективными в изменившихся условиях. Об этом говорят данные, представленные на рис.1.

Рис. 1. Количество запросов «заказать онлайн» в поисковой системе «Яндекс» с января по октябрь 2020 года [4]

Так, запрос «заказать онлайн» по данным поисковой системы «Яндекс» за апрель 2020 года составил почти 240 тыс. раз, что в 2 раза больше по сравнению с данными на апрель 2019 года. (114 тыс. раз). Такие показатели обусловлены введением режима самоизоляции и некоторыми ограничениями на хозяйственную деятельность.

Многие компании начали развивать сегмент онлайн-продаж, а лидеры рынка во время пандемии увеличили свои обороты в 2-3 раза. Так, один из ведущих ретейлеров, компания «OZON» смогла увеличить оборот от продаж товаров на 188%. Оборот компании за второй квартал 2020 года оказался выше годового оборота 2018 года. А число новых покупателей возросло на 84% по сравнению с 2019 годом. [5]. Следует отметить, что приверженность к онлайн покупкам сохранится и после пандемии, так тенденция роста онлайн-рынка существует уже последние несколько лет, поэтому данная стратегия актуальна и применима не только к нынешним условиям. Еще одной стратегий трансформации является использование существующей инфраструктуры компании для производства нового продукта. В связи с нехваткой производственных мощностей для производства антисептиков, фабрики, производящие парфюм и косметику

для люксового холдинга LVMH (французская транснациональная компания, известный производитель предметов роскоши под торговыми марками Christian Dior, Louis Vuitton, Givenchy и др.), из-за коронавируса стали производить антисептик для рук и поставлять его во французские больницы [6].

Стратегия развития новой инфраструктуры при производстве прежнего продукта также себя хорошо зарекомендовала в условиях пандемии. Компании, столкнувшиеся с колоссальным ростом спроса на свои продукты, были вынуждены оперативно модернизировать свою инфраструктуру, чтобы улучшить возможности по оказанию услуг. Такая стратегия преимущественно подразумевает взаимодействие с внешними контрагентами.

Так, свою доставку запустил «SPAR», а многие другие крупные ретейлеры, как «Ашан» и «Лента» стали использовать для этих целей услуги своих партнеров, «Сбермаркет» и iGoods. [7]. Именно невозможность справиться с собственными заказами в условиях повышенного спроса онлайн-магазина вынудила компании обратьcя к маркетплейсам.

Таким образом, новые условия рыночной среды поставили перед компаниями нетипичные задачи, решение которых требовало быстрых решений и учета современных тенденций ведения бизнеса. Вставал ряд вопросов, требовавших незамедлительных ответов:

1. Существует ли возможность продавать товары онлайн? Ведь онлайн площадки являются наиболее доступным механизмом продвижения

2. Можно ли использовать имеющиеся производственные мощности для изготовления новых продуктов, пользующихся наибольшим спросом. Особенно актуально для компаний, столкнувшихся с сильным снижением потребительского спроса.

3. Каким образом компания может увеличить производительность и расширить зону распространения товаров. Этот вопрос важен для

организаций, столкнувшихся с резко возросшим спросом. Оптимальным решением будет выстраивание новых партнерских отношений.

Аргументы в пользу цифровой трансформации никогда не были более актуальными, чем сейчас. Одним из последствий пандемии будет пересмотр приоритетов, когда бизнес восстановится после карантина. Многие компании задумаются о том, когда и как проводить цифровую трансформацию, а не о том, нужно ли это делать.

Цифровая трансформация не поможет бизнесу предсказать «следующий коронавирус». Однако она обеспечит гибкость и подвижность, которые позволят справиться с ним. Что бы ни готовило будущее, в выигрыше останутся те компании, которые быстрее и лучше отреагируют на следующий глобальный вызов и смогут реализовать «план Б» без остановок той части бизнеса, которая продолжает работать. Сделать это помогут оптимально подходящие компании технологии и новые бизнес-модели.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Титов Б.Ю. Приложение к докладу к президенту Российской Федерации 2020. С. 6-10.

2. Почти 70% российских компаний пострадали из-за пандемии коронавируса .- URL: https://www.rbc.ru/economics/28/05/2020/5ecf711b9a7947324d1448cf (дата обращения 10.11.2020).

3. Более половины компаний малого и среднего бизнеса назвали свое положение катастрофой– URL: https://www.kommersant.ru/doc/4350924 (дата обращения 11.11.2020).

4. Яндекс. Подбор слов – URL: https://wordstat.yandex.ru (дата обращения 1.11.2020).

5.Ozon вырос ещё на 188% во втором квартале - URL: https://new-retail.ru/novosti/retail/ozon_vyros_eshchye_na_188_vo_vtorom_kvartale6443/(дата обращения 1.11.2020).

6. Coronavirus: Louis Vuitton owner to start making hand sanitiser слов – URL: https://www.bbc.com/news/business-51868756 (дата обращения 3.11.2020).

7.«Ашан» и Spar запустили доставку продуктов – URL: https://www.forbes.ru/newsroom/biznes/401895-ashan-i-spar-zapustili-dostavku-produktov (дата обращения 3.11.2020).

АНАЛИЗ ИННОВАЦИЙ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ В ЭПОХУ «ИНТЕРНЕТ +»

Гуань Миньнань

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Термин «Интернет +» должен быть относительно незнаком в России. Прежде всего, нужно пояснить термин, что такое «Интернет +», на каком фоне появился этот термин и какую роль это сыграл.

"Интернет +" просто означает "Интернет + традиционные отрасли", использование информации и Интернет-платформ для интеграции Интернета с традиционными отраслями, использование преимуществ и характеристик Интернета, создание новых возможностей развития и поиск инновационных путей и методов корпоративного управления. «Интернет +» использует свои собственные преимущества для оптимизации, обновления и преобразования традиционных отраслей, чтобы традиционные отрасли могли адаптироваться к текущим новым разработкам. В конечном итоге, это будет способствовать постоянному развитию данной отрасли в обществе.[1]

Центральным словом концепции «Интернет +» является Интернет, который является отправной точкой плана «Интернет +». План «Интернет +» можно выразить на двух уровнях. С одной стороны, слово «Интернет» и символ «+» в понятии «Интернет +» можно понимать отдельно. Символ «+» означает знак «плюс», что означает сложение и объединение. Это показывает, что сфера применения плана «Интернет +» охватывает Интернет и другие традиционные отрасли. Это новый план для развития различных

отраслей. Метод применения заключается в сочетании и глубокой интеграции Интернета и традиционных отраслей; С одной стороны, «Интернет +» в целом понятие, его глубокий смысл заключается в завершении модернизации промышленности за счет интернетизации традиционных отраслей. Интернет использует такие характеристики сети, как открытость, равенство и взаимодействие в традиционных отраслях, анализирует и интегрирует большие данные, а также трансформирует проблемы управления в традиционных отраслях для усиления импульса экономического развития, повышения эффективности и содействия здоровому и упорядоченному экономическому развитию предприятий.

Предыстория и идеи, предложенные «Интернет +», чем-то похожи на концепцию американского промышленного Интернета. Он надеется использовать относительно высококачественные и ведущие в мире возможности Интернета для ускорения повышения эффективности, качества, инноваций, сотрудничества и маркетинговых возможностей относительно отсталых компаний, а также принесет большие выгоды для экономического развития и управления инновациями компании.

Развитие предприятий должно соответствовать характеристикам эпохи «Интернет +». Нынешняя экономическая форма «Интернет +» сформировалась. Это создало новые проблемы и возможности для текущих вопросов управления предприятием, и вопросы управления предприятием стали одними из наиболее важных вопросов в текущих деловых операциях.[5]

Непоследовательная Концепция управления. С развитием рыночной экономики модель управления предприятиями должна идти в ногу со временем, поэтому многие предприятия внедряют новые модели управления передовых зарубежных предприятий для собственного развития. Однако эта модель управления отстала в сегодняшнюю эпоху «Интернет +». В конкретном процессе управления есть много проблем, которые влияют на развитие предприятия. Следовательно, отдел корпоративного управления

должен посвятить энергию обновлению модели управления и принять модель корпоративного управления, соответствующую условиям эпохи «Интернет +», чтобы увеличить скорость корпоративного развития. В целях реализации концепции управления инновационной работой. Предприятия должны осознавать важность инновационных концепций управления. Прежде всего, отдел управления предприятия должен понимать, что в традиционной концепции управления задача менеджера - расширить масштабы производства предприятия, снизить стоимость продукта и тем самым увеличить маржу прибыли. Однако в эпоху «Интернет +» центр управления предприятием уже является профессиональным, и как удовлетворить потребности клиентов - это текущая цель руководства. Таким образом, в конкретной концепции управления инновации. Компании должны внедрить необходимые инновации в концепции управления, разработать концепции развития, ориентированные на клиента, обновить концепции управления и внедрить вспомогательные методы управления, чтобы позволить компаниям удовлетворять потребности клиентов в эпоху «Интернет +». Повысьте скорость развития предприятия и дайте ему выжить в этой высококонкурентной рыночной среде.

Традиционная корпоративная организационная структура все еще существует. Организационная структура предприятия - один из важных факторов обеспечения управления предприятием. Однако многие компании по-прежнему принимают более традиционные организационные структуры для соответствия моделям корпоративного управления. В нынешнюю эпоху "Интернет +" скорость распространения информации высока, а объем расширен. В процессе управления взаимодействие информации является одним из наиболее важных факторов управления. Однако традиционная корпоративная организационная структура не адаптируется к нынешнему "Интернету +" Скорость распространения информации в свое время привела к таким проблемам, как неадекватное распространение документов и низкая эффективность управления в реальном процессе управления бизнесом.

Исходя из этого, отдел управления предприятия должен сломать традиционную организационную структуру предприятия и инвестировать энергию в создание организационной структуры предприятия, которая соответствует эпохе «Интернет +». Внедрение нововведений в управленческую организационную структуру. Управляющие подразделения предприятия должны понимать, что традиционная организационная структура пирамиды больше не может соответствовать скорости распространения информации в среде «Интернет +». Таким образом, в конкретной инновационной деятельности организации управления отдел управления предприятия должен направить энергию на создание инновационной структуры управления, соответствующей требованиям времени. Такая структура управления максимально снижает уровень организации, значительно увеличивает скорость обмена информацией и значительно повышает энтузиазм и эффективность работы сотрудников. Кроме того, чтобы адаптироваться к эпохе «Интернет +», отдел управления предприятия должен также инвестировать средства в приобретение большого количества электронного оборудования для Интернета, чтобы удовлетворить потребности управления различных отделов предприятия, чтобы значительно повысить скорость работы предприятия и, следовательно, скорость развития предприятия .[3]

Управление талантами отстает. Управление человеческими ресурсами - важнейшее звено в управлении предприятием.[4] Однако в нынешнюю эпоху «Интернет +» большинство компаний все еще применяют относительно отстающие методы управления человеческими ресурсами. В конкретном процессе управления ведущие отделы этих компаний часто строго контролируют и управляют своими подчиненными.У сотрудников нет сильного чувства принадлежности к компании, их энтузиазм в работе трудно улучшить, а скорость развития компании также замедлится. . Исходя из этого, текущий отдел управления предприятием должен посвятить энергию обновлению корпоративной модели управления талантами, принять модель

управления талантами, которая соответствует статус-кво развития предприятия, и изменить скорость развития предприятия. Для того, чтобы адаптироваться к эпохе «Интернет +», нынешние отделы корпоративного управления должны обратить внимание на обновление и инновации корпоративных моделей управления талантами. Гуманизированное управление, модель управления, основанная на так называемой философии, ориентированной на людей. В конкретной управленческой работе отдел управления предприятием должен попытаться устранить феномен классификации на предприятии, а ведущий отдел должен одинаково относиться к подчиненным отделам. Установите систему вознаграждения, чтобы добиться справедливости в процессе компенсации. Кроме того, отделы управления предприятием также должны уделять внимание развитию коллектива сотрудников предприятия, чтобы работоспособность и энтузиазм коллектива персонала предприятия сохранялись на высоком уровне, чтобы конкурентоспособность предприятия могла быть значительно повышена.

На фоне этой эпохи, отделы управления предприятием должны осознавать ограничения своих традиционных моделей управления и направлять свои силы на обновление моделей управления. В конкретной управленческой работе отдел предприятия должен реализовать концепцию управления инновационной работой, инновационная работа организационной структуры управления и традиционная модель управления талантами должны быть изменены, чтобы конкурентоспособность сегодняшних предприятий была значительно усилена, чтобы выжить и конкурировать в жесткой рыночной среде.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ши Яцинь. О новых изменениях в корпоративном стратегическом управлении в эпоху «Интернет +» // Экономист, 2019, № 364 (06): 281-282.

2. Мильнер, Б. З. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями // 2021. — 624 с.

3. Сандермоен, Ш. Организационная структура: реализация стратегии на практике / Шетил Сандермоен; предисл. Ицхака Адизеса ; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 224 с. - ISBN 978-5-9614-2896-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1221820 (дата обращения: 28.11.2020).

4. Эфендиев, А. Г. Человеческие ресурсы российских бизнес-организаций: проблемы формирования и управления: монография / А. Г. Эфендиев, Е. С. Балабанова, А.В. Ребров. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 192 с. — (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-009876-0. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1013466 (дата обращения: 28.11.2020)

5. Егоршин, А. П. Основы менеджмента: учебник / А. П. Егоршин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 350 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010959-6. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1171350 (дата обращения: 29.11.2020).

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ФИРМЫ

Девнин В. К.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность выбранной темы обусловлена, прежде всего, сложившимся в Российской Федерации смешанным типом экономической системы. В основе такой системы лежит рыночная экономика, в которой все организации и предприятия, в большей или меньшей степени, подвержены влиянию на них конкуренции. Следовательно, для более эффективного развития той или иной организации, они вынуждены принимать меры по повышению конкурентоспособности, для сохранения или повышения своего уровня на рынке. Задача автора состоит в рассмотрении механизмов повышения качества работы и конкурентоспособности фирмы.

В качестве объекта исследования в рамках данной статьи рассматривается компания ООО «Викмос», функционирующая в сфере

оптовой торговли моторным топливом, и авиационным бензином. Предметом исследования являются бизнес-процессы фирмы, от которых зависит уровень ее конкурентоспособности. Цель исследования заключается в разработке предложений по улучшению конкурентоспособности фирмы на примере компании ООО «Викмос».

Для определения путей повышения организации сначала рассмотрим теоретические основы конкурентоспособности функционирования фирмы. На основе различных мнений ученых – экономистов, специалистов в области ведения бизнеса, а также просто успешных бизнесменов, можно убедиться в том, что залог успешной деятельности и более высокого уровня того или иного продукта напрямую зависит от уровня сложившейся в отрасли конкуренции и конкурентоспособности фирмы. Это еще раз подчеркивает актуальность и важность выбранной темы.

В ходе изучения различных концепций и подходов в области конкуренции и конкурентоспособности, наиболее предпочтительной с авторской точки зрения является определением конкурентоспособности, данное российским ученым-экономистом С.М. Гуриевым. Он утверждает, что «конкуренция защищает потребителя и создает стимулы для развития», ссылаясь на афоризм Герберта Гувера: «Конкуренция – это не только основа защиты потребителя, но и стимул прогресса.

В данном высказывании можно выделить главную мысль: под действием конкуренции производители совершенствуют свой продукт, тем самым снижая привлекательность для потребителя выбор продукта более низкого качества.

Однако наше исследование не базируется исключительно на теории С.М. Гуриева. Так, в работе Г.Л. Багиева, характер конкуренции раскрывается более широко. В своём труде ученый даёт ей следующую формулировку: «Конкуренция - это центр тяжести всей системы рыночного хозяйства. Продавцы и покупатели конкурируют между собой, чтобы

добиться каждый своей цели за счет конкурентов. Цена, установившаяся в ходе конкурентной борьбы, выполняет функцию регулирования спроса и предложения. В процессе соперничества на рынке заключаются сделки и изменяются доли участия в рыночной сфере. В этом неформальном определении понятие конкуренции раскрывается более содержательно, так как оно предполагает, как совершенный, так и несовершенный рынок и содержит указания о характере соперничества участников рынка, целевой направленности и функциях конкуренции. Многофакторный характер конкуренции» [1; 216 с.].

Таким образом, в ходе изучения новых для нас аспектов темы конкуренции и конкурентоспособности, более четко формируем свое мнение по данному вопросу.

Выдвигая собственную точку зрения по видению выбранной темы исследования, мы обратимся к глубокому анализу научных работ и «живых» примеров практического ведения бизнеса для того, чтобы дать объективную оценку и сформировать объективное мнение в области конкурентоспособности фирмы.

В ходе исследования мы убедились, что повышение конкурентоспособности фирм, организаций и предприятий положительно влияют не только на продукт, но также на всю сферу их деятельности, которая может включать в себя работу с персоналом, маркетинг, условия и качество обслуживания клиентов и т.п.

Таким образом, нами выдвигается гипотеза, заключенная в утверждении значимости конкуренции, поскольку в условиях её существования потребитель получает более качественный продукт, нежели в условиях господства фирм-монополистов, не заинтересованных и не подверженных конкуренции. В ходе исследования мы приводим доказательство предположения.

Взятая в качестве объекта исследования компания ООО «Викмос» ведет свою деятельность по оптовой торговле моторным топливом и

авиационным бензином в Нижегородской области с 1999 года. Как любая другая компания, функционирующая на рынке, ООО «Викмос» также подвержена конкуренции, в связи с чем, мы еще раз убеждаемся в актуальности повышения конкурентоспособности данной компании.

На рис.1 представлена динамика выручки фирмы в период с 2004 г. по 2018 г. (рис. 1). В соответствии с данным графиком, можно сделать вывод о том, что компания ООО «Викмос» с 2004 года по 2010 год имела прирост прибыли в размере 20 млн. руб. В 2010 году компания занималась совершенствованием бизнес-процессов, в связи с чем, работа компании была еще не стабильной. С 2011 года мы наблюдаем резкий прирост выручки, а самый пик пришелся на 2016 год, в котором выручка составила 199,5 млн. руб.

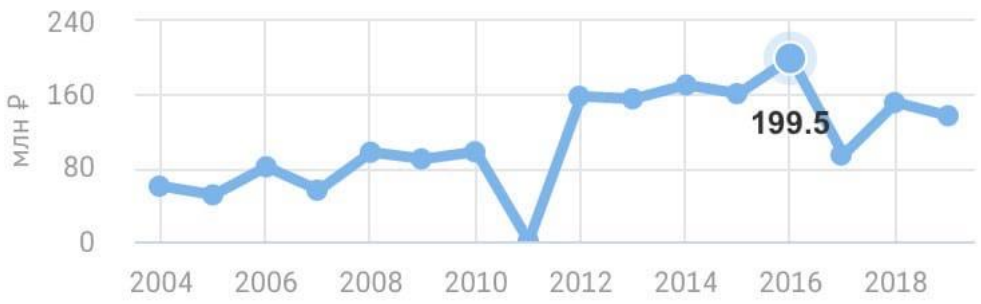


Рис. 1. Выручка ООО «Викмос» в период с 2004 г. по 2018 г.

Далее рассмотрим прибыль фирмы. В рассматриваемый период - период активного роста и вхождения в конкурентную среду, она достигла пика в 7,7 млн. руб. в 2014 году и практически сразу пошла на спад (рис. 2).

Однако совершенствование внутренних бизнес-процессов фирмы (привлечение грамотных специалистов в области инженерии, химии и пр.) и совершенствование взаимодействия с внешними заинтересованными сторонами (привлечение иностранных специалистов, налаживание

партнерства с инвесторами и пр.), прибыль снова начала увеличиваться, а с 2017 г. её значение стало постоянным.

Рис. 2. Прибыль ООО «Викмос» в период с 2004 г. по 2018 г.

Однако показатели прибыли и выручки не описывают комплексно конкурентоспособность фирмы. Соответственно, нами был изучен такой важный показатель, как стоимость компании (рис. 3). Своего пика в 30 млн. руб. ООО «Викмос» со стороны собственной стоимости достигла в 2016 г., когда была зарегистрирована самая большая выручка (рис. 1). Несмотря на то, что стоимость компании медленно начала падать, в 2018 г., когда значение выручки стало постоянным, ситуация стабилизировалась.

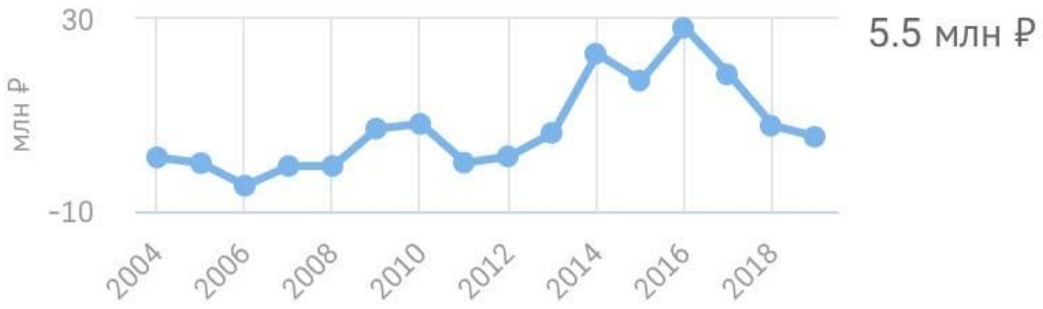


Рис. 3. Изменение стоимости ООО «Викмос» в период с 2004 г. по 2018 г.

Согласно представленным графикам, с 2011 года компания резко увеличила свою прибыль путем повышения конкурентоспособности.

Для её увеличения проводился ряд изменений в бизнес-процессах фирмы:

1. Повышение уровня качества закупаемого топлива как автомобильного, так и авиационного;
2. Повышение качества обслуживания клиентов путем обучения персонала;
3. Благоустройство прилегающей к заправочной станции территории;
4. Постройка круглосуточного мини-маркета;
5. Проведение рекламных и социальных проектов.

Основываясь на данных графиков, представленных на рис. 1-3, можно сделать выводы о том, что проведенные изменения внутренних бизнес-процессов и взаимодействия с внешним окружением предприятия, привели компанию к успеху на рынке. Это характеризуется следующими показателями:

1. Стоимость компании в пиковой точке с 2011 года выросла на 28 млн. рублей;
2. Выручка составила 19,95 млн. рублей с 2011 года по 2016 год;
3. Чистая прибыль составила 7,7 млн. рублей.

Подводя итог нашего исследования, взяв в качестве изучаемого объекта реально действующую компанию, а также детально изучив динамику изменения ее показателей в условиях конкуренции, можно с уверенностью можем говорить о конкуренции как о явлении, необходимом экономике. Конкуренция является одним из факторов развития и совершенствования собственного продукта, качества обслуживания, а при наращивании конкурентоспособности потребитель будет гарантированно защищен от некачественного продукта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Багиев, Г.Л. Организация предпринимательской деятельности. Учебное пособие/ Г.Л. Багиев, А.Н. Асаул. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – 231 с.

2. Воронов, Д.С. Методика повышения конкурентоспособности предприятия / Д.С. Воронов, В.В. Криворотов // Проблемы развития территорий. – 2017. - №5 (91). – 16 с.

3. Захаров, А. Н. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения /А.Н. Захаров, А.А. Зокин // Бизнес и банки. — 2013. — № 1-3

4. Миронов М. Г. Ваша конкурентоспособность / М.Г. Миронов — М.: Издательство «Альфа-Пресс». – 2013. — 250 с.

5. Мокроносов, А.Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А.Г. Мокроносов, И.Н. Маврина. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014. – 194 с.

6. Портер, М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. – Пер. И. Минервин. – ООО «Альпина Паблишер», 2015. – 600 с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ CRM-СИСТЕМ

Киселева А.К.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Одним из актуальных вопросов стратегического и инновационного менеджмента является необходимость внедрения информационных инструментов управления бизнесом. Особенно актуален этот вопрос в настоящее время (в условиях мировой пандемии) с переходом многих сотрудников на удаленный режим работы.

Для экономического развития инновационная деятельность особенно важна. Основным двигателем инновационных процессов в условиях современного рынка является получение конкурентного преимущества.

Клиентская база с каждым днём все больше, что ведёт за собой рост штата сотрудников, за которым все сложнее становится отслеживать ключевые показатели работы. Поэтому незаменимым инструментом для отлаженной работы современных организаций будет являться такое прикладное программное обеспечение, как CRM-система.

Рассмотрим, что же представляет собой CRM (Customer Relationship Management). CRM - это совмещенная с технологией стратегия бизнеса по действенному управлению полным жизненным циклом клиента. Простыми словами, CRM - это приложение для электронной торговли. Основными идеями данной системы будет являться успешное отслеживание, контролирование и прогнозирование дальнейшего общения фирмы с клиентом, систематизирование бизнес-процессов и оптимизирование использования ресурсов.

CRM-системы при верном использовании помогают значительно увеличить доходность и результативность ведения бизнеса.

Общие положительные показатели результативности внедрения CRM-систем следующие:

- Рост продаж и, как следствие, увеличение прибыли организации за счёт

сегментации клиентской базы и фокусировки на более выгодных и доходных клиентах;

- Рост качества обслуживания клиентов, увеличение их лояльности, благодаря оптимизации организационной структуры, назначения ответственных менеджеров за контакты с конкретными клиентами;
- Уменьшение издержек в каналах продвижения, за счет оптимизации путей продвижения товаров и услуг на основе анализа данных по взаимодействию с клиентами;
- Увеличение производительности и результативности работы персонала

путем автоматизации рутинных процессов, усовершенствования системы мотивации и роста уровня подготовки;

- Повышение качества и скорости обслуживания клиентов за счет систематизации данных о клиентах и сведения их в единую базу;
- Рост результативности продаж за счет автоматизации бизнес-процессов, а также за счет четкости планирования и контроля действий менеджера;
- Экономия времени на поиске новых возможных клиентов благодаря ведению единой базы данных по текущим и потенциальным клиентам;
- Уменьшение времени на исполнение заказов за счет автоматизации процесса осуществления заказа;
- Снижение риска невыполнения планов продаж благодаря планированию и прогнозированию продаж;
- Избежание потери клиентской базы в случае перехода менеджера в компанию конкурента (снижение влияния текучести кадров) за счет сохранения всех его контактов в единой базе, защищенной от незапланированного удаления;
- Увеличение результативности управленческих стратегий благодаря встроенным возможностям анализа данных и оценки эффективности [6].

В стандартный набор критериев при выборе эффективной CRM-системы входят:

1. Стабильная работа в режиме 24/7;
2. Поддержка одновременной работы большего количества пользователей;
3. Сокращение времени обработки запросов за счет оперативного доступа к клиентским данным;

4. Широкий пул стандартных интеграций для поддержки корректной работы с текущей ИТ-инфраструктурой;

5. Гибкость и интуитивно понятный интерфейс для самостоятельного управления настройками без привлечения разработчиков [2].

Очевидно, что CRM выступает отличным инструментом для оценки и контроля эффективности работы менеджеров компании, так как в данной программе отмечается и фиксируется каждый из этапов работы с клиентами. Это, в свою очередь, будет улучшать один из важнейших показателей результативности функционирования компании, а именно, производительность труда. Кратко рассмотрим, какие существуют CRM-системы:

1. CRM-системы amoCRM (рис. 1)

Основные функциональные возможности AmoCRM:

- Контроль текущего состояния сделки и задачи;
- Аналитика по продажам, сотрудникам, целям и звонкам;
- Интеграция с социальными сетями, приложениями, веб-сайтом, почтовыми клиентами;
- Ведение и управление базой клиентов, сделками, историей взаимоотношений;
- Проектирование воронки продаж;
- Постановка задач менеджерам;
- Импорт и экспорт данных.

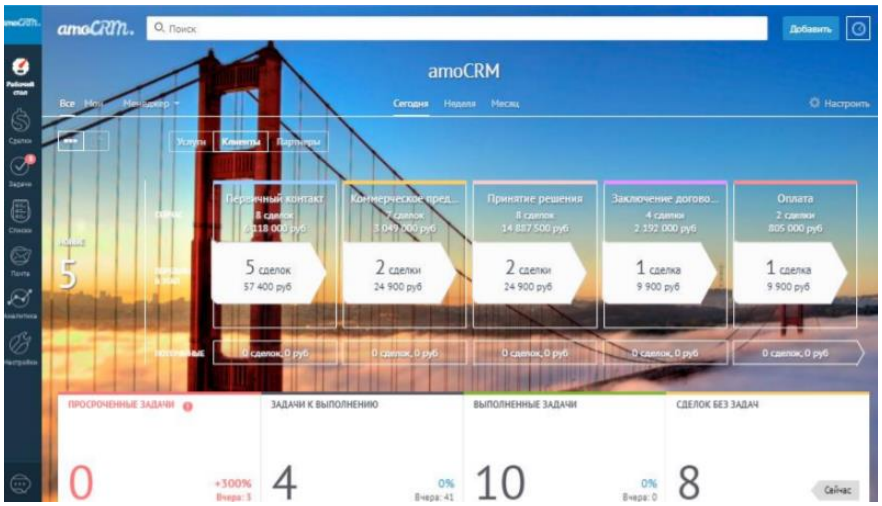


Рис. 1 Рабочий стол amoCRM

2. CRM-системы Битрикс24 CRM (рис.2)

Основные функциональные возможности Битрикс24 CRM:

- Ведение и управление клиентской базой;
- Работа с документацией и финансовыми инструментами;
- Просмотр состояния заказов;
- Контроль поступлений оплаты;
- Интеграция с социальными сетями, приложениями и сайтом;
- Контроль выполнения проектов;
- Корпоративный чат, календарь, планировщик заданий.

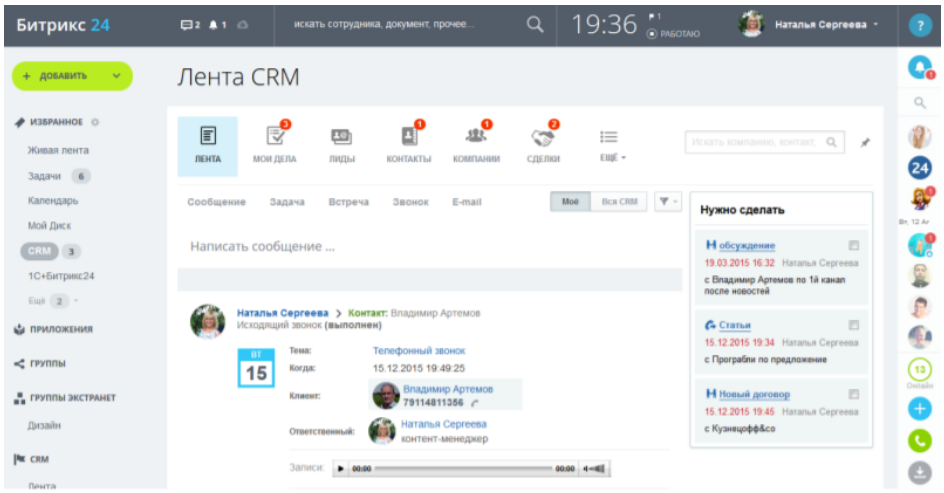


Рис. 2. Домашняя страница Битрикс24

3. CRM-системы Мегаплан (рис.3)

Основные функциональные возможности CRM-системы Мегаплан:

- История взаимоотношений с клиентами;
- Задачи сотрудникам и анализ продуктивности;
- Интеграция с телефонией и почтой;
- Внутренний чат для сотрудников;
- Отслеживание и оценка каналов сбыта;
- Формирование аналитических отчетов.

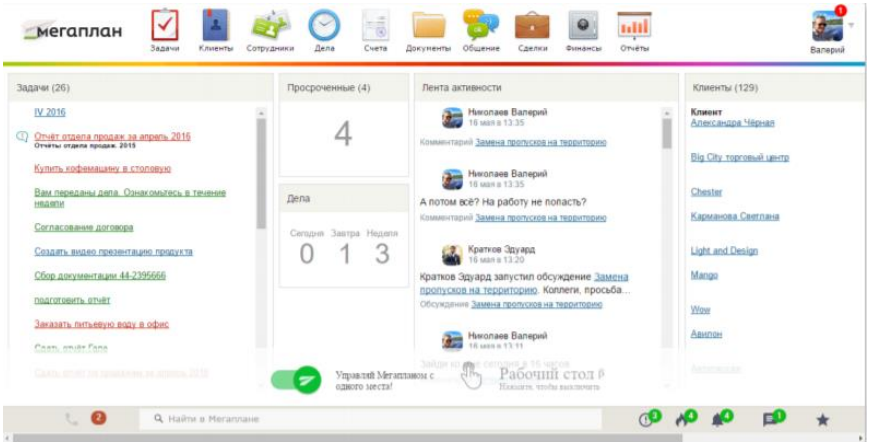


Рис.3. Домашняя страница Мегаплан

4. CRM-системы BPM-online Sales (рис.4)

Основные функциональные возможности CRM-системы BPM’online Sales:

- Управление заказами и счетами;
- Управление полевыми продажами;
- Планирование и анализ продаж;
- Наличие BPM - системы, позволяющей работать с продажами как с бизнес- процессами;
- Автоматизация делопроизводства и оборота документов;
- Формирование пользовательских отчетов.

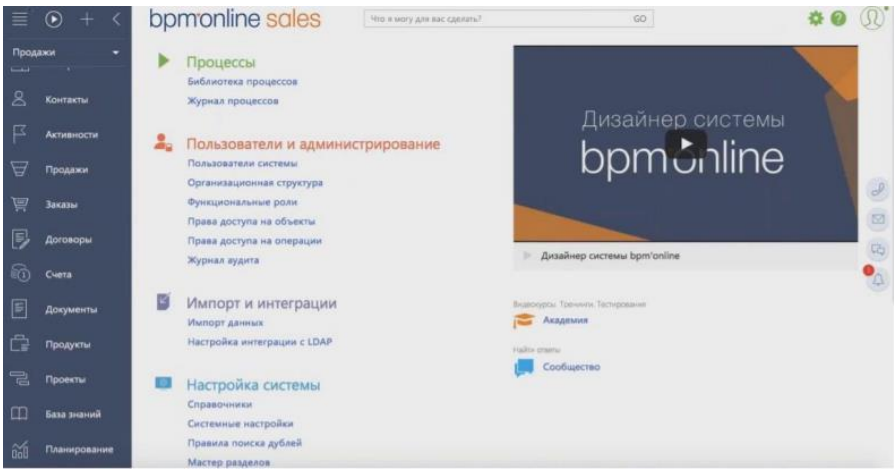


Рис.4. Домашняя страница BPM - online

На нынешнем рынке остро встал вопрос активного управления продажами. Клиенториентированная технология стала средством существования организации на рынке и оружием в конкурентной борьбе.

Потенциал рынка огромен и это доказывают всевозможные исследования. К примеру, опрос 1.6 тыс. организаций, проведенный «Институтом проблем предпринимательства» (ИПП) и J’son & Partners Consulting, обнаружил, что основная часть организаций даже не слышали о системах взаимоотношения с клиентами. В J&P отмечают, что уровень внедрения CRM в России по итогам 2019 года составляет порядка 17 %, тогда как в Европе этот показатель достигает 35 – 40 %, а в США – больше 90%.

Пандемия в 2020 году сказалась на работе многих организаций. Эксперты именуют ее главным двигателем для развития рынка CRM-систем. Из-за пандемии организации вынуждены либо уходить в онлайн, либо совершенствовать свои он-лайн процессы с очень большой скоростью.

Рассмотрим рейтинг поставщиков CRM-систем в России по итогам 2019 года (рис.5). Данный рейтинг возглавила организация «1С-Рарус» с выручкой 811,9 млн. руб. В первую тройку с совсем малым отставанием также вошли организации «Ланит» и GlowByte Consulting. При этом «Ланит» представил наибольший рост выручки от CRM-проектов среди всех организаций.

Рис.5. Рейтинг поставщиков CRM-систем в России по итогам 2019 года

Более подробные данные представлены в табл.1.

Таблица 1

Данные для сравнения фирм-производителей CRM -систем

	Компания	Статус компании	Выручка от CRM-проектов в 2019 г., млн. руб.	В т.ч. от продаж лицензий	В т.ч. от услуг по внедрению и поддержанию
	1С-Рарус	интегратор	811,9	н/д	н/д
	Ланит	интегратор	807,0	170,0	637,0
	GlowByte Consulting	интегратор	805,7	н/д	н/д
	AmoCRM	вендор	766,3	н/д	н/д
	Инфосистемы Джет	интегратор	575,2	н/д	н/д
	Navicon	интегратор	272,0	44,0	228,0

	Корус Консалтинг	интегратор	224,0	н/д	н/д
	Новардис Консалтинг	интегратор	223,2	н/д	н/д
	GMCS	интегратор	221,0	н/д	н/д
0	РосБизнесСофт	вендор	140,0	140,0	-
1	Монолит-Инфо	вендор	110,0	20,0	90,0
2	Первая форма	вендор и интегратор	33,7	10,8	22,9
	Итого		4 990		

Подводя итог выше сказанному, хочется отметить, что внедрение CRM-систем является одним из приоритетных направлений развития любой организации, поскольку данная программа сможет обеспечить повышение качества обслуживания клиентов, сократить трудозатраты на сопровождение, а также освободить сотрудников от рутинной работы.

CRM-системы являются отличным инновационным механизмом для автоматизации процессов взаимоотношений с клиентам, а также отличным помощником внедрения, измерения и контролирования внутренних стандартов и методик работы с клиентской базой.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Абрамешин А.Е., Воронина Т.П., Молчанова О.П., Тихонова Е.А., Шленов Ю.В. // Инновационный менеджмент. 2001. – 272 с.

2. Джиоев Э.Ц. Прикладные аспекты использования CRM-систем на предприятии // Экономика России в XXI веке: сборник научных трудов XII Международной научно-технической конференции «Экономические науки и прикладные исследования», г. Томск, 17-21 ноября 2015 г. Т. 2. – Томск, Изд-во ТПУ, 2015. С. 175-181

3. Черников А.В., Радьков В.А. Современные инновационные инструменты повышения конкурентоспособности компании // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. –2011. -№5.

4. Независимый CRM – портал. [Электронный ресурс]. URL: http://www.crmonline.ru (Дата обращения: 01.12.2020)

5. [Электронный ресурс]. URL: https://www.tadviser.ru/index.php (Дата обращения: 01.12.2020)

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ И ПОДГОТОВКА КАДРОВ

Мохамед Рукиа

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Из всех сфер человеческой деятельности управление персоналом, пожалуй, самая важная сфера. Действительно, именно менеджеры на всех уровнях и во всех типах компаний или организаций имеют основную задачу создания и поддержания среды, в которой люди, работающие вместе, могут выполнять свои миссии и достигать заранее поставленные цели. Другими словами, менеджеры несут ответственность за действия, которые позволят персоналу развиваться, и будут способствовать достижению общих целей. Управление персоналом - это часть управления, которая на усиление личного вклада каждого сотрудника в достижение целей организации. В этой статье управление персоналом встраивается в процесс управления и является сферой заботы руководителя. Затем описываются различные операции, связанные с решением этой задачи. Также рассматриваются различные инструменты управления, применимые в управлении персоналом, вместе с практическими советами по найму, укомплектованию персоналом, организации кадровых служб. В статье рассматриваются ключевые вопросы, разработанные в этой области, в том числе: оценка персонала, организационный климат, коммуникация, стресс на работе,

консультирование и дисциплина. В заключении мы кратко рассмотрим различные стили руководства для эффективного управления подчиненными.

Управление персоналом сегодня трансформировалось из личной функции в функцию человеческими ресурсами организации. Изменение названия - это изменение точки зрения и практического подхода. Традиционная концепция персонала, рассматриваемого как источник затрат, который необходимо минимизировать, уступает место концепции персонала, рассматриваемого как ресурс, использование которого необходимо оптимизировать. Таким образом, задачи передаются функции человеческих ресурсов. Соответственно, управление персоналом перестает быть только тактической задачей, а становится важнейшим элемент стратегического управления на предприятии. Менеджеры ставят перед собой следующие цели:

- разработать стратегии, направленные на создание условий и мотивацию человека;
- создать центр управления персоналом, определив задачи, возложенные на каждое подразделение;
- разработать организационную схему отдела управления персоналом;
- определить основные операции управления персоналом;
- правильно используйте различные инструменты управления персоналом с точки зрения набора, перемещения персонала, оценки и т. д.
- овладеть принципами разумного управления подчиненными и трудовыми отношениями.

Таким образом, эта статья посвящена людям как наиболее важному ресурсу в организации, от приема на работу до завершения их карьеры.

Для достижения этих общих целей мы предлагаем вам подробно рассмотреть процесс управления.

По мнению авторов, менеджмент определяется несколькими способами, но все тенденции сходятся к одному, чтобы определить его как рациональный процесс управления, где выполняются различные функции.

Таким образом, это рациональное сочетание различных ресурсов направлено на эффективное достижение целей современных организаций, это наука эффективности и рентабельности.

Надо сказать, что важность личности, важность функции человеческих ресурсов, которую компании придают при управлении человеческими ресурсами, появилась сравнительно недавно.

Личная функция стала возникать в первой половине 20-го века, затем стала более профессиональной во второй половине 20-го века, а уже после стала функцией человеческих ресурсов и была признана стратегической функцией в конце этого века.

В это время появились кадровые службы с основными направлениями деятельности:

- набор персонала;
- разделение труда.
- проблема производительности сотрудников.

Так же необходимо рассмотреть цель, задачи и деятельность управления персоналом.

Если говорить о цели, то она, по сути, состоит в том, чтобы улучшить вклад людей в производительность центра, потому что, если не будет увеличения производительности персонала, то работа будет не эффективной.

В управлении человеческими ресурсами есть 4 типа целей:

- *социальные цели:* управление человеческими ресурсами должно реагировать на потребности и проблемы общества, сводя к минимуму негативное влияние, которое оно может оказать на организацию;
- *организационные цели:* легитимность управления ресурсами,

Задача человека заключается в его эффективном вкладе. Управление человеческими ресурсами не является самоцелью, это лишь средство помощи организации в достижении его основных целей. Другими словами, управление человеческими ресурсами находится на службе в организации.

- *функциональные цели*: необходимо, чтобы деятельность и услуги человеческих ресурсов были соизмеримы с доходами, получаемыми на предприятии, которому они служат.

- *личные цели:* также необходимо поддерживать достижение личных целей людей в их работе, по крайней мере, в той степени, в которой эти цели увеличивают вклад людей. Если личные цели людей игнорируются, они могут ограничить свою работу, высказывать свое недовольство, и даже покинуть организацию.

Для достижения своей цели и задачи отдел кадров набирает, развивает, использует, оценивает и удерживает нужное количество людей с нужными навыками и взглядами, чтобы обеспечить необходимой рабочей силой.

Основные направления деятельности являются:

. планирование людских ресурсов,

. набор,

. банк кандидатов (процесс отбора),

. ориентация и обучение,

. развитие занятости,

. решение о переуступке,

. оценка эффективности (измерение производительности),

. вознаграждение,

. консультации или улучшение общения,

. отношения работодателя и профсоюзов.

Таким образом, управление персоналом - это процесс, направленный на улучшение вклада людей в организацию, особенно связанный с производительностью организации, ее способностью становиться лучше и развиваться.

По моему мнению, управление персоналом имеет решающее значение для успеха программы управления качеством.

Должностные инструкции должны содержать все необходимые квалификации и точно описывать обязанности, роли и положение

сотрудников. Навыки персонала следует оценивать при приеме на работу, а затем регулярно поддерживать.

Очень важной частью процесса управления является стремление привлекать квалифицированный персонал, мотивировать его, предоставлять им стимулы и хорошие условия труда для их удержания.

Таблица 1

Связь между целями и деятельностью управления персоналом

Цели	**Мероприятия**
социальные цели	• уважение к законам • распространение обязательных услуг • отношения работодателя, профсоюзов и сотрудничества
организационные цели	• планирование персонала • набор персонала • выбор • обучение, наращивание потенциала и развитие • оценка • присвоение квалификации • контрольные мероприятия
функциональные цели	• оценка эффективности • распределение ресурсов • контрольные мероприятия

личные цели	• обучение, наращивание потенциала и развитие • оценка эффективности • вознаграждение • контрольные мероприятия

Итак, исходя из вышеизложенных фактов, следует сделать вывод, что стремление к постоянному совершенствованию и желание создать справедливую, рабочую среду менеджеры должны подпитывать усилия по внедрению принципов управления персоналом. Эта статья предназначена как инструмент, помогающий правильно руководствоваться в управлении персоналом и, тем самым, способствовать созданию стимулирующей и мотивирующей рабочей среды для сотрудников. Персонал - самый важный ресурс, поэтому руководители должны создавать благоприятные условия для персонала, чтобы поддерживать высокое качество работы. Непрерывное образование жизненно важно для повышения квалификации персонала, но оно не обязательно должно быть дорогостоящим. На рынке постоянно появляются новые аналитические методы и новые инструменты, поэтому сотрудникам необходимо постоянно обновлять свои знания и навыки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бугаков, В.М. Управление персоналом: Учебное пособие / В.П.Бычков, В.М. Бугаков, В.Н. Гончаров; Под ред. В.П. Бычкова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 237 с

2. Зайцева, Т.В. Управление персоналом: Учебник / Т.В. Зайцева, А.Т. Зуб. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с

3. Ивановская, Л.В. Управление персоналом: Теория и практика. Организация, нормирование и регламентация труда персонала: Учебно-практическое пособие / Л.В. Ивановская. - М.: Проспект, 2013. - 64 с

4. Кибанов, А.Я. Управление персоналом: Теория и практика. Организация профориентации и адаптации персонала: Учебно-практическое

пособие / А.Я. Кибанов. - М.: Проспект, 2012. - 56 с

5. Базаров Т. Ю. Управление персоналом: практикум : учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по спец. "Управление персоналом", "Менеджмент организации"/ Т. Ю. Базаров. - Москва: Юнити-Дана, 2010. – 239

6. Веснин В. Р. Управление персоналом [Электронный ресурс]: теория и практика: учебник/ В. Р. Веснин. - Электрон. текстовые дан.. -Москва: КноРус, 2010

7. Гапошина, Л. Г. Маркетинг кадрового обеспечения: учебное пособие. [Текст] / Л.Г. Гапошина. - М: Дашков и К°, 2014. - 116 с.

8.Шлендер П.Э. Управление персоналом организации. Учебное пособие. М.: Вузовский учебник, 2014.

9. Федорова Н. В. Управление персоналом организации: учеб. по спец. "Менеджмент организации"/ Н. В. Федорова. - Москва: КноРус, 2011.- 536 с.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В УСЛОВИЯХ ГИБРИДНОЙ ЗАНЯТОСТИ РАБОТНИКОВ

Соколова И.А.

Российский технологический университет – РТУ МИРЭА

Появление новых форм занятости обусловило переход к выполнению принципов концепции онлайн–администрирования бизнес-процессов, что в свою очередь оказывает существенное влияние на стратегию управления персоналом и стратегию управления организацией. Выполнение данных принципов является новым ориентиром в приоритетах развития компаний. Появление большого числа дистанционных сотрудников одновременно стало тенденцией и причиной ряда проблем управления. Устранение этих проблем требует разработки совокупности способов и методов решения задач в условиях гибридной занятости работников. Современным инструментом кадрового мененджмента является системно организованное

комбинированное управление, методическим тенденциям которого посвящена данная статья.

В условиях удаленной работы реализуется принцип делегирования полномочий, что предполагает рост самостоятельности исполнителей в реализации функций текущего контроля и координации трудового процесса [1, с. 94]. Это обуславливает необходимость повышения компетентности для роста функциональной мобильности. Ключевым субъектом формирования рабочего режима дистанционной работы является исполнитель. Эффективность управленческого текущего контроля снизилась, так как он нарушает личное пространство работника, препятствуя возможности рационально использовать личные ресурсы, работая по гибкому графику. Задача руководителя в новых условиях работы − применять новые инструменты итогового контроля и координации, нивелирующие негативные последствия децентрализации контрольной функции. Актуальными стали видео–конференции, которые являются причиной «ZOOM–революции».

Увеличение доли дистанционной занятости работников стало причиной создания пространства гибридного офиса. Содержание функции организации рабочего пространства сместилось на оптимизацию связующих процессов. Активно стали применяться интернет-платформы коллаборации форм занятости, позволяющие координировать работу всех сотрудников. В компании «cder.io», например, офис используется для часового совещания раз в неделю, а большинство сотрудников все же подключается и взаимодействуют онлайн.

Следует отметить, что в условиях гибридной занятости повысился спрос на новые компетенции, улучшающие адаптацию работника к новым условия работы. Возникла необходимость переоценки содержания и важности компонентов компетентностых моделей [2, с. 26]. Выросла ценность гибких профессиональных навыков, обеспечивающих продуктивное выполнение обязанностей на базе имеющихся компетенций в краткосрочной перспективе и дающих возможность менять компетенции в

будущем. Трендом стало применение методов оценки должностей на основе факторов из более широкой линейки критериев системы ре-грейдинга [3, с. 83]. Компетенция овладения современными и инновационными компьютерными технологиями в настоящее время является референтной компетенцией.

Переход на смешанные формы занятости усилил актуальность создания структурированных каналов коммуникационных связей. Тренд связан с решением задачи поддержания эффективного коммуникативного обмена. Он заключается в актуализируемых инструментах передачи информации. Активно используются инструменты, которые модифицируют поток в сбалансированную по содержанию систему, включающую необходимые работнику данные, что облегчит их восприятие. Структурированность потока предопределяет его таргетированность, позволяющую ориентироваться на потребности в информации определенного сотрудника. Например, менеджеры «Тинькофф» используют «менеджер задач» сервиса Todoist – созданные личные кабинеты работников дают возможность руководителям корректировать цели, которые ставит себе работник. Сотрудники получили доступ к списку персональных задач, которые нужно решить. Оптимизация содержания и направленность потока предотвращает дублирование функций, что возможно при ошибке работника в ходе деления прописанных в общем информационном потоке задач на свои и чужие.

Необходимо обратить внимание на проблему самодемотивации «удаленщиков». Мотивация к труду минимизируется вследствие психологического сопротивления работника к выполнению задачи в домашних условиях, ассоциирующихся с отдыхом. Тренд в управленческих функциях на данный момент выражен в создании и применении мотивационного механизма, предусматривающего использование методов стимулирования, направленных на снижение уровня дезорганизации персонала [4, с.104]. Выбор методов стимулирования на основе учета

изменений потребностей работников в условиях дистанционной работы – это важное условие роста эффективности труда. Необходимо ввести в диагностику персонала процедуру выбора эффективных методов стимулирования на основе определения актуализированных потребностей. При этом важно обратить внимание на то, что из-за отсутствия непосредственного коммуникативного обмена с коллегами удовлетворение социальных потребностей минимизируется. Следовательно, возрастает значимость средств онлайн коммуникаций – ZOOM – meetings, чатов. Передовые компании акцентируют внимание на сохранении и усилении коммуникативных связей и вводят в практику управления «экологичные» платформы типа экосистемы Microsoft, где проводят встречи в сервисах Teams. Такие платформы внедряются для коллаборации работников с разными месторасположениями рабочих мест.

Необходимость материального немонетарного стимулирования труда удаленного работника сохраняет свою высокую значимость. Стимулы должны соответствовать потребностям, а удовлетворение потребностей должно, в свою очередь, служить достижению целей организации. Поэтому рост личной эффективности вследствие достаточного стимулирования обусловит достижение целей организации. Примерами инструментов такого стимулирования являются доступы к курсам, содействующим приобретению профессиональных компетенций и удовлетворению познавательных потребностей [5, с. 201]. Например, «к корпоративной системе дистанционного обучения подключены 80 организаций «Лукойл», завершены 134 000 курсов (на 1/3 больше, чем в 2019)», – отмечает президент ПАО «Лукойл» Вагит Алекперов. Трендом в профессиональном развитии стал акцент на развитии альтернативных карьерных треков, расширяющих диапазон знаний, что позволит выполнить реорганизацию труда благодаря обогащению работы.

Произошел сдвиг и в парадигме рекрутинга, обозначились тенденции в методах отбора. Соискатель не посещает офис для оценки вакансии, поэтому

необходима разработка маркетинговой тактики для создания положительного имиджа организации. Тактика предусматривает использование средств представления рекламного материала посредством определенного канала коммуникации для таргетированности рекламного потока на целевую аудиторию. Рекламная единица структурируется, содержит практические примеры деятельности на рабочем месте, что позволит избежать фрустраций соискателя. Тренд побора заключается в средствах связи в формате видеоконференций, дающих возможность оценить в совокупности вербальные и невербальные жесты, что поможет понять внутреннюю мотивационную структуру работника.

Следует отметить, что наметившиеся тенденции использования различных форматов работы с кадрами в условиях гибридной занятости направлены на оптимизацию процесса управления персоналом и повышение эффективности труда. Однако нельзя забывать о необходимости взвешенного подхода к использованию методов, представленных в статье.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1) Овчаренко Н.А. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. М: Дашков и Ко, 2020. 167 с.

2) Рудинский И.Д., Давыдова Н.А., Петров С.В. Компетенция. Компетентность. Компетентностный подход. М: Горячая Линия – Телеком, 2019. 240 с.

3) Панова Т.И., Медведик О.С., Совершенствование оплаты труда на основе грейдирования. М: LAP (Lambert Academic Publishing), 2019, 176 с.

4) Осовицкая Т.А. HR-бренд, HR-digital, HR-аналитика, HR-маркетинг. Питер: Деловой бестселлер, 2019. 400 с.

5) Пермяков О.Е., Менькова С.И., Оценка компетенций. М: LAP (Lambert Academic Publishing), 2019, 300 с.

Секция 5. ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Клюшина Е.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время туристическая отрасль является одной из ведущих отраслей мировой экономики. Во многих странах мира туризм играет важную роль в формировании валового внутреннего продукта, в развитии социально-экономической сферы, а также в активизации баланса внешней торговли. Развитие туризма зависит от ряда факторов: демографических, религиозных, исторических, социально- экономических и политико-правовых [3].

Стоит отметить, что туризм в Ростовской области набирает обороты в своем развитии. Живя в суматошном ритме современности, но не теряя своей самобытности, обладая буйным южным темпераментом, Ростовскую область считается одним из самых своеобразных регионов России. Количество туристов там увеличивается с каждым годом. На развитие туризма в этом регионе оказывает влияние наличие уникальных природных ресурсов, памятников истории, культуры, искусства и развитой туристской инфраструктуры.

Благоприятный и приятный умеренно-континентальный климат региона, наличие привлекательных ресурсов для отдыха и богатство культурного наследия привлекают туристов абсолютно со всех уголков нашей страны.

В Ростовской области представлены следующие виды туризма:

- культурно-познавательный туризм - 44%;
- деловой туризм - 19,2%;
- оздоровительный туризм - 12%;
- событийный туризм - 8%;
- спортивный туризм - 4,8%;
- круизный туризм - 3%;
- остальные виды туризма составляют 9% [9].

Необходимо отметить, что развитие делового и событийного видов туризма послужило импульсом для создания бренда территории донской столицы, а именно «Папа Ростов-на-Дону» [6].

Также большую ценность для организации рекреационного отдыха представляют песчаные пляжи Азовского побережья, невысоких берегов Дона и Северного Донца, Цимлянского водохранилища.

Важную роль в развитии туризма на территории Донского края играет горный ландшафт. В низинных степях Донецкий хребет является уникальным природным явлением, к тому же это чрезвычайно живописная территория – единственное место в регионе, где за счет исключительной изрезанности рельефа создается полное впечатление горной страны в миниатюре. Пороги и небольшие водопады образуются в долинах малых рек. Песчаные районы образуются при впадении притоков в Северский Донец и Дон. Особенно знаменит Кундрюченский песчаный пейзаж. Перечисленные районы подходят для пеших прогулок, отдыха на выходных и спортивного скалолазания.

Донские ландшафты могут быть интересны любителям рыболовства (река Маныч, Пролетарское и Веселовское бассейны) и грязелечебных ванн (Грузское грязевое месторождение).

Особенно интересно, что в области разработан комплекс маршрутов «Серебряная подкова Дона», ставший туристическим брендом Ростовской области. Он соединяет важнейшие туристические центры региона, включает

образовательный, водный, экологический, сельский, этнографический и другие виды туризма и формирует сеть небольших кольцевых маршрутов, рассчитанных на 1-2 дня и отвечающих различным потребностям туристов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что Ростовская область, характеризуются как перспективный регион во всероссийском сегменте туристической индустрии. Регион занимает 33 строчку в рейтинге по показателям туристической привлекательности для гостей.

По данным Федеральной службы государственной статистики за 2018 год туристический рынок Ростова-на-Дону включал 45туристских предприятий (17 из которых осуществляют туроператорскую деятельность) и 503 средства размещения [10]. Многие из них прошли обязательную классификацию – «четыре звезды», что позволило принять гостей и участников чемпионата мира по футболу в 2018 г. Город-организатор за июнь суммарно принял около 190 тыс. болельщиков [8].

За исследуемый период были введены в эксплуатацию ряд крупных объектов размещения, таких как: «Radisson Blu Ростов» (категория 4 звезды), «Ramada Hotel & Suites Rostov-on-Don» (категория 4 звезды), гостиница «Меркур» (категория 4 звезды), отель «Графский парк» (категория 4 звезды) и др.

В таблице 1 представлены статистические данные за 2014-2018 годы о количестве действующих туроператоров, туристических и экскурсионных агентств Ростова и области, свидетельствующие о росте объема услуг [10].

Таблица 1

Статистические данные по туристским предприятиям Ростовской области в 2014-2018 гг.

Вид деятельности	2014	2015	2016	2017	2018
Смешанная	27	34	30	42	45
Туроператорская	6	4	14	10	17
Турагентская	285	270	210	215	260

Экскурсионная	10	12	14	—	—

Данные таблицы демонстрируют, что в 2018 году число туристских предприятий выросло более чем на 20 %. Более 80 % из них составили агенты, на долю туроператоров пришлось 5,3 %, компаний, совмещающих турагентскую и туроператорскую деятельность, насчитывается 14 %. За 2018 год турфирмам удалось реализовать 60 825 турпакетов. Эти показатели почти в 1,5 раза больше, чем в 2016 году (37 022 турпакета).

Поток туристов в регион за 2018-2019 гг. составил более 1 млн. человек в год. Это позволило региональному туристическому рынку обеспечить около 12 млрд. рублей добавленной стоимости [4].

В таблице 2 представлены данные, отражающие динамику роста количества предприятий гостиничной индустрии за 2014-2019 гг. [10].

Чемпионат FIFA 2018 года стимулировал к развитию и предприятия общественного питания, которые озадачились составлением меню на иностранных языках, повышением квалификации специалистов. Сотрудники многих заведений прошли языковую подготовку. В меню многих ресторанов появилась исконная донская кухня, а в алкогольной карте - вина местных хозяйств и шампанское ростовского комбината [7]. Таким образом, южный регион возродил статус «винного кластера» как эффективную форму организации гастрономического туризма.

Таблица 2

Количество средств размещения в Ростовской области в 2014-2018 гг.

Год	Число организаций размещения	Число мест в средствах размещения, ед.	Численность размещенных лиц, тыс. ед.
2014	317	14264	652,1
2015	362	16696	755,7
2016	399	17468	812, 1
2017	441	18994	962,9
2018	503	23479	1151,2

2019	633	23473	1413,1

Серьезным шагом в развитии туризма на территории Ростовской области стало открытие в декабре 2017 года в донской столице современного аэропорта «Платов». Это дало уникальную возможность увеличить приток туристов, поскольку сам аэропорт стал туристической достопримечательностью. Аэропорт позволил дополнительно принимать до 11 миллионов туристов в год.

Для дальнейшего успешного функционирования и развития туристической отрасли в Ростовской области правительством были поставлены задачи, выполнение которых потребовало финансовых затрат на организацию ряда мероприятий, как на региональном, так и на государственном уровне.

Согласно отчету о реализации государственной программы Ростовской области «Развитие культуры и туризма», утвержденной Правительством Ростовской области о 25 сентября 2013 г., за 2017 год проведено [1]:

- подготовка необходимой документации для принятия решения о включении объектов культурного наследия, выявленных в Единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, в качестве объектов культурного наследия регионального значения;

- принятие ряда мер по включению информации о 2287 объектах археологического наследия в федеральную систему;

- обеспечение работы 32 автономных и бюджетных учреждений, подчиненных Министерству культуры и туризма Ростовской области;

- предоставление жителям и гостям города 3410 спектаклей и концертных программ, в которых приняли участие 999,1 тыс. человек. люди;418 выставок, музеев, которые посетило свыше 1,3 миллионов людей;

- приобретение и оснащение 38 культурных центров в 25 муниципальных образованиях области;

- капитальный ремонт системы электроснабжения в государственной «Донской публичной библиотеке»;

- выполнение капитального ремонта 30 муниципальных учреждений культуры;

- оказание государственной помощи в виде предоставления субсидий субъектам туристической отрасли на частичное возмещение затрат [1].

В 2019 году Ростовская область учувствовала в международных туристических выставках, таких как «Интурмаркет», «Мир без границ» и «Гостеприимный Дон», где были представлены различные коллективные стенды туристической привлекательности региона.

В настоящее время важнейшими направлениями развития туризма в Ростовской области являются развитие и поддержка внутреннего и въездного туризма. Об этом свидетельствует новая государственная программа «Развитие культуры и туризма» на период 2019-2030 годы, утвержденная постановлением Правительства Ростовской области от 17.10.2018 № 653.

Целями программы являются:

- сохранение и развитие культурного и исторического наследия Ростовской области, а также комплексное развитие туризма для формирования конкурентоспособной туристской индустрии, способствующей социально-экономическому развитию Ростовской области;

- создание условий для увеличения количества посещений учреждений культуры и для сохранения и восстановления культурного и исторического наследия Ростовской области;

- создание условий для увеличения туристического потока в Ростовской области.

Приоритетные направления развития сфер культуры и туризма определены Стратегией государственной культурной политики на период до 2030 года и Стратегией развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. Согласно новой программе, опубликованной на сайте правительства Ростовской области, в 2019 году на финансирование было

потрачено порядка 4,3 миллиарда рублей. При этом в последующие годы финансирование будет уменьшаться.

Программа рассчитана на 2019-2030 годы, а ее общий объем финансирования составит почти 30,5 млрд рублей. В 2020 году будет выделено почти в два раза меньше, чем в 2019 году - 2,6 млрд рублей. Тогда как в 2021 году - уже 2,4 миллиарда рублей, в последующие годы - 2,3 миллиарда рублей [2].

По истечению срока реализации программы «Развитие культуры и туризма» ожидается рост привлекательности региона для туристов, и нахождение объектов культурного наследия областной собственности в удовлетворительном состоянии, доступность культурных ценностей для населения Ростовской области повысится.

Таким образом, можно сделать вывод, что туристическая отрасль в Ростовской области развивается достаточно динамично. Ростовская область становится не только социально-политическим и экономическим, но и культурным центром Южного федерального округа, формируется транспортная инфраструктура региона, что немаловажно для путешествующих туристов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Государственная программа Ростовской области «Развитие культуры и туризма» до 2020 года утверждена постановлением Правительства Ростовской области от 25.09.2013 N 587 // [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: http://dontourism.ru/StaticTexts.aspx?id=odcp (дата обращения 27.11.2020).

2. Государственная программа Ростовской области «Развитие культуры и туризма» в 2019-2030 годов утверждена постановлением Правительства Ростовской области от 17.10.2018 N 653 // – [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: https://www.donland.ru/documents/9750/

3. Квартальнов В.А. Туризм: теория и практика. – Учебное пособие. - М. : Финансы и статистика. - 232 с.

4. Количество туристов на Дону. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: https://rg.ru/2015/07/24/reg-ufo/turizm.html (дата обращения 27.11.2020).

5. Областной Закон о туризме в Ростовской области. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: http://www.donland.ru/documents/O-turizme-v- Rostovskojj-oblasti?pageid=128483&mid=134977&itemId=27016 (дата обращения 27.11.2020).

6. Официальный туристический портал города Ростов-на-Дону– [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: https://tourism.rostov-gorod.ru (дата обращения 27.11.2020).

7. Стативка И.В., Безуглова М.Н. Как Чемпионат мира по футболу 2018 повлияет на индустрию гостеприимства в г. Ростове-на-Дону? // Интернаука. - 2017. - N26 (30). - [Электронный ресурс] – URL: https://www.internauka.org/archive2/internauka/26(30).pdf (дата обращения 27.11.2020).

8. Статистика прироста турпотока в города матчей Чемпионата Мира по футболу FIFA 2018. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: http://travel.vesti.ru/article_41138 (дата обращение 27.11.2020).

9. Туризм в Ростовской области. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа - URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Туризм_в_Ростовской_области (дата обращения 27.11.2020).

10. Федеральное служба государственной статистики. – [Электронный ресурс].– Режим доступа -URL:https://rosstat.gov.ru (дата обращения 06. 10.2020).

11. Хачатрян Д.С. Перспективы развития туризма в Ростовской области. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа - URL:http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2018/12/regionaleconomy/Bezuglova_Khachatryan(дата обращения 27.11.2020).

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ

Кочина А.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Решение задач в области экономики и социальной сферы предполагает высокий уровень организации деятельности муниципальной службы.

Задачи российского государства, в первую очередь в социальной сфере и экономике, предполагают значительный качественный уровень развития муниципальной службы.

Муниципальная служба представляет собой институт функционирования власти на местах и осуществляет на этом уровне управленческую деятельность.

Наличие кадрового ресурса является главным условием успешного развития организации, предприятия, государства в целом. Государственная кадровая политика является частью политики развития государства [4].

Во многих стратегических документах отмечается, что стратегическая цель управления на государственном уровне заключается в формировании кадрового потенциала как ресурса, способствующего социально-экономическому развитию государства.

Приоритетом административной реформы в России является доступность и качество государственных услуг для граждан [5].

Грамотно выстроенное местное управление позволяет реализовать политику государства и достичь эффективных результатов на местном уровне.

Рассмотрим, какие приоритеты определяет государство в развитии государственной и муниципальной службы:

1. При отборе на вакантные места в муниципалитет, приоритет отдается не только уровню образования, профессионально важным качествам, но и связям соискателя. В связи с этим необходимо совершенствование механизма кадрового подбора на государственную службу;

2. Уровень профессиональной подготовки государственных служащих в настоящее время оставляет желать лучшего. Необходимо разрабатывать программы совершенствования профессионального развития государственных служащих;

3. Совершенствование кадровой политики в направлении обновления и ротации служащих;

4. Совершенствование подготовки кадрового резерва;

5. Совершенствование оценки качества труда служащих, как резерва повышения. Процедура аттестации должна рассматриваться не только как процедура оценки эффективности труда персонала. С ее помощью должны определяться пути совершенствования труда персонала, а также модернизироваться и сама система аттестации муниципальных и госслужащих. В качестве рекомендаций по совершенствованию системы аттестации могут быть:

- Повышение содержательности и информативности отзыва о работниках;

- Составление на каждого работника реального и перспективного плана развития;

- Учет психологических составляющих при исследованиях личности служащих;

- Внедрение в систему проведения аттестации ключевых показателей деятельности (KPI).

Отметим, что открытость информации о вакансиях государственной и муниципальной службы является первым условием подбора кадров. В настоящее время открытость и сам подбор являются весьма условными. Подбор должен происходить коллегиально, независимой комиссией [2].

Рассматривая в этой связи зарубежный опыт, можно отметить разнообразие муниципальных систем и моделей организации и функционирования муниципальной власти [3].

Если рассматривать деятельность органов местного самоуправления, то фактически все они решают стандартные управленческие задачи и выполняют одни и те же функции. Тем самым, они организуют процесс жизнедеятельности местного сообщества на основе законов государства и

правовых норм. Необходимо отметить, что при решении данных задач муниципальная власть действует в пределах своих компетенций.

Муниципалитеты решают проблемы с использованием эффективных форм и методов воздействия.

История развития местного самоуправления в зарубежных странах имеет большой опыт и традиции. Данный опыт касается многих управленческих процессов в области организации, планирования и проектирования, комплектования органов, обеспечения необходимой функциональности, самой модели власти.

Зарубежные практики показывают, что резервы повышения эффективности местного самоуправления необходимо находить в совершенствовании организации труда муниципальных служащих [4].

Интересным представляется модель государственной службы, которая сложилась в Великобритании. Организация государственной службы и ее функционирование в этой стране является эталонным с точки зрения эффективности. Интересным представляется тот факт, что в настоящем ее виде институт государственной службы сложился сравнительно недавно 70-х годах прошлого века. Особенностью данной модели является отделение политической и административной сферы.

Модель американской (менеджеральной) модели была положена в основу новой системы организации модели государственной службы. Отличительной особенностью данной модели является участие административного аппарата в принятии и выработке политических решений в отношении деятельности министерств. Так же отличительной особенностью данной системы является децентрализация административной власти. Органы центральной власти могут вмешиваться в работу местных органов самоуправления только в исключительных случаях. В результате реформы было образовано три группы чиновников. Продвижение по карьерной лестнице зависит от принадлежности к одной из трех групп. Цель

управления в данной системе – это создание управленца, администратора широкого профиля. Вся система подбора нацелена на решение этой задачи.

Например, для работников местного самоуправления во Франции характерен конкурс на занимаемую должность, которая проводится посредством экзаменов в присутствии коллегиального жюри. Для стимулирования работы существуют оценочные собеседования, которые проходят ежегодно в неформальной обстановке. Существует также комплексная оценка с выставлением баллов. Одной из форм мотивации является неформальное осуществление взаимодействия. Данная процедура позволяет классифицировать кандидатов в соответствии с их достоинствами. В практике, используемой во Франции, развитие карьеры и поступательное движение по карьерной лестнице, происходит автоматически. В практике Германии хорошо развит анализ деятельности муниципалитетов на основании проведения мониторинга и их сравнения. Также одной из важных черт организации немецкой муниципальной службы являются большие испытательные сроки на замещения должностей. Ответственность за сферы деятельности муниципального служащего в Германии очень высокие.

Интересным представляется тот факт, что служащим предоставляется возможность альтернатив развития карьеры. Служащий выбирает либо картеру с продвижением в должности, либо рост заработной платы на занимаемой должности.

Отличительной особенностью швейцарской муниципальной службы является то, что в некоторых общинах в муниципальных органах введена обязательная служба.

Чрезвычайно важной особенностью деятельности муниципальных служащих в США является подробно проработанный этический кодекс, который необходимо разработать и применять и в России.

Таким образом, при совершенствовании труда муниципальных служащих необходимо использование зарубежного опыта.

Повышение качества и доступности услуг для граждан представляет центральный вопрос административной реформы в России, так как именно качество предоставляемых услуг определяет во многом качество жизни населения.

В связи с этим, к деятельности муниципальных служащих предъявляются высокие требования. Такими требованиями являются не только требования к уровню образования и квалификации, опыту работы, но и к психологическим качествам.

Однако наряду с требованиями к государственным служащим правомерно встает вопрос о системе организации труда. Важно определить опорные точки данной проблемы.

Одной из серьезнейших проблем является клановость муниципальных, административных должностей, и хотя «конкурсный» отбор существует, он не решает проблему [5].

Таким образом, необходимо совершенствование процесса подбора и отбора кадров на муниципальные должности, что предполагает открытость информации о вакансиях, сжатый срок подачи документов на конкурс, независимую рабочую комиссию по отбору.

Проблема карьеры и развития предполагает возможность горизонтального и вертикального построения карьеры муниципального служащего, а именно, построение индивидуального плана карьеры, в котором бы для муниципального служащего просматривались перспективы карьерного роста и развития.

Несомненно, именно личный контакт представителя власти с гражданами, его возможности по разрешению проблем граждан, являются решающими в оценки деятельности органа местной власти в целом. Именно развитие коммуникативных компетенций служащих в связи с этим представляется чрезвычайно важным.

Обучающими методами, которые возможно использовать для выработки данных навыков, являются: тренинги, тематические семинары по

целевым группам и проблемам, обще тематические семинары для разных категорий сотрудников.

Аттестация муниципальных служащих является возможностью развития, дальнейшего продвижения и оценивания деятельности муниципальных служащих.

Рекомендациями по совершенствованию системы аттестации могут быть:

- Повышение качественной оценки специалиста;

- Совершенствование планирования дальнейшей работы со служащим, который должен включать как личностный, так и профессиональный аспект;

- Использование психологического тестирования при оценке персонала и определении профессионально важных личностных особенностей;

- Разработка адекватных показателей деятельности.

Важной проблемой труда муниципальных служащих является большой поток документов и текущих дел.

Нагрузка на служащего в связи с этим потоком происходит колоссальная, что определяет необходимость оптимизации условий труда.

Областями оптимизации деятельности служащего являются: рациональное распределение полномочий и заданий, использование современных информационных технологий в организации труда и делопроизводства. Применение новейших технологий делопроизводства позволят разгрузить деятельность служащих и оптимизировать ее. Это скажется на качестве деятельности и ее результативности.

Однако в плане передачи некоторых полномочий важно отметить, что передача полномочий возможна в рамках профессиональных компетенций и должностных обязанностей сотрудника, так как в передаче, делегировании есть статусные ограничения. Принимать решения сотрудник может только в рамках определенных прав и обязанностей, которые определены местными нормативными актами.

Рассмотрим, что может предполагать процесс делегирования полномочий. Отметим, что делегирование может иметь разные формы. Важно отметить тот факт, что делегирование полномочий в системе муниципальной службы может быть различным. Это может быть подготовка отчета, конечно без права подписи, так как нет подтверждения на нормативно-правовом уровне и это будет противоречить законодательству Российской Федерации о деятельности муниципальных образований [4].

Делегирование полномочий в стандартных, ежедневных операциях очень важно, так как это снижает загруженность, высвобождает время для других дел. В отношении сотрудника, на которого возлагаются данные обязанности, – это также имеет смысл, так как в определенной степени может готовить к более ответственной работе и дальнейшем карьерному росту. Сотрудник может в дальнейшем быть включен в кадровый резерв. Во многом это направление способствует повышению творческой составляющей труда муниципальных служащих. Тем не менее, следует обозначить, что передача определенных обязанностей не должна влиять на выполнение своих непосредственных обязанностей служащим. Делегирование должно быть закреплено соответствующими локальными актам изменениями в должностных инструкциях. Таким образом, в процедуре передачи полномочий есть определенные ограничения.

Важным в повышении эффективности деятельности является проблема повышения мотивации служащего. Необходимо разработать такую систему мотивации, которая бы учитывала индивидуальные потребности служащего. Методами повышения мотивации могут быть: создание психологически комфортной обстановки; рост внутренней культуры организации; снятие статусных, административных, технологических барьеров, между рядовыми работниками и работниками аппарата управления, развитие доверия и взаимопонимания внутри коллектива.

Подводя итог выше сказанному, необходимо уделять особое внимание и использовать новые технологии работы для повышения качества труда

муниципальных служащих. Именно так можно создать эффективно работающий государственный аппарат с постоянным притоком образованных и квалифицированных специалистов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Конституция Российской Федерации по состоянию на 2018 год. – Москва: Эксмо, 2018. – 32 с.
2. Трудовой кодекс Российской Федерации по состоянию на 2018 год. – М.: Издательство «Омега-Л», 2018. – 223 с.
3. Федеральный закон от 02.03.2007 №25-ФЗ «О муниципальной службе в Российской Федерации». – М.: Издательство «Омега-Л», 2018.
4. Анзорова С.П., Федорукова С.Г. Организация труда государственных и муниципальных служащих: учебное пособие – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2016. – 160 с.
5. Василенко, И.А. Государственное и муниципальное управление: Учебник для академического бакалавриата / И.А. Василенко. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 374 с.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ

Краснопевцева А.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В экономической системе Российской Федерации управление муниципальной собственностью является одним из важных компонентов развивающегося и стабильного общества. Она включает в себя взаимосвязь хозяйственного и бытового сектора в рамках муниципального образования. Система управления муниципальным имуществом направлена на улучшение качества и уровня жизни местного населения.

Конституция РФ в строго юридическом отношении рассматривает только две формы собственности: частную и публичную (государственную и муниципальную) [1].

В соответствии с действующим законодательством муниципальная собственность составляет экономическую основу местного самоуправления и представлена как сочетание трех групп объектов: имущество, находящееся в собственности муниципального образования, средства местного бюджета, имущественные права.

Федеральный закон № 131 от 06.10.2003 г. «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» определяет основные принципы и направления в сфере управления муниципальным имуществом, регламентации соответствующих процедур закон оставляет за конкретным муниципальным образованием [2].

Одной из основных проблем для органов местного самоуправления является низкий доход от владения муниципальным имуществом. Муниципальное образование устанавливает определенные правила и условия пользования, владения и распоряжения этими объектами. При использовании своего имущества частным собственником в процессе предпринимательской деятельности, получение прибыли является основной целью. Муниципальное образование в первую очередь направлено на исполнение социальных задач, а не на получение максимальной прибыли.

Необходимо наладить процесс коммерциализации пользования собственностью, увеличить ее эффективность реализации для повышения доходов в местный бюджет. Собственно, необходимо вовлекать большее количество объектов муниципальной собственности в хозяйственный оборот, для стабильного экономического роста. Реализация имущества путем аренды, концессионных соглашений увеличит ликвидность недвижимости [7].

В качестве экономической эффективности управления муниципальной собственностью рассмотрим составляющие в условиях рынка исполнения бюджета по доходам, в частности неналоговые доходы. На примере федерального уровня, мы видим, что большую часть доходов составляет прибыль от внешнеэкономической деятельности и только на втором месте

доходы от имеющегося имущества государственной и муниципальной собственности [3].

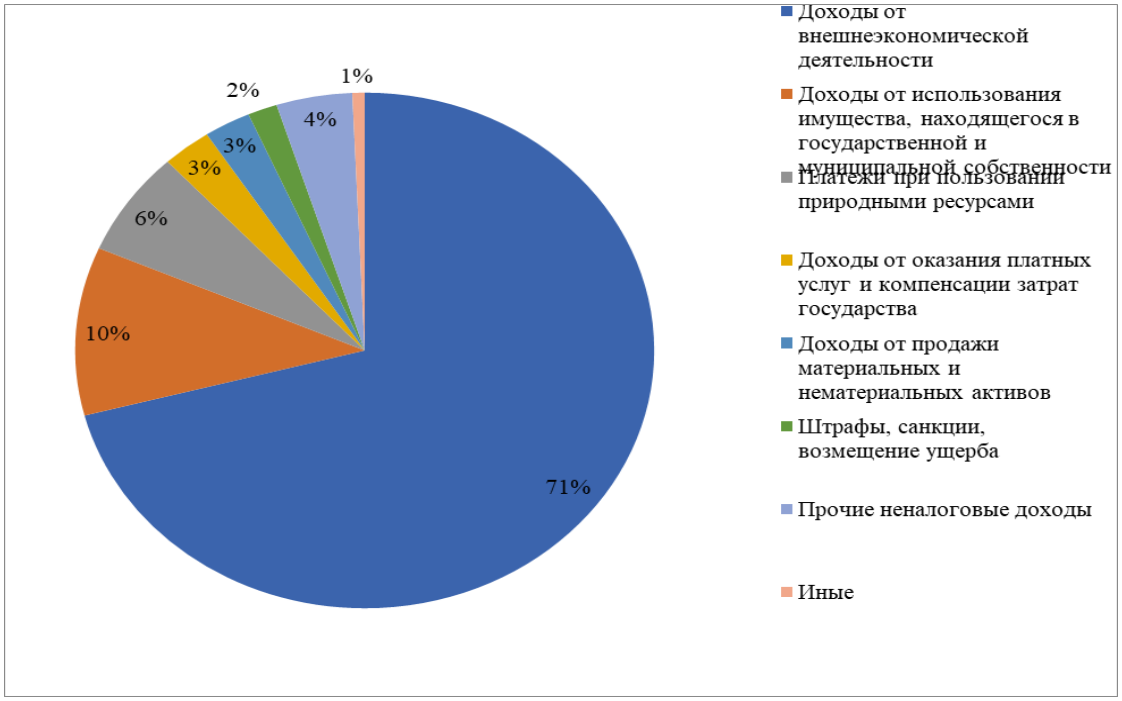


Рис.1 Исполнение федерального бюджета по доходам на 01.01.2019

На уровне региона, в данном случае это Нижегородская область, основной неналоговый доход приносят доходы от использования имущества находящегося в государственной и муниципальной собственности. Исходя из статистических данных, мы видим, что доход за 2017 год составил 4,44 млрд. рублей, на 2018год – 4,10 млрд. рублей, в 2019 году 4,35 млрд, рублей. Отсутствует стабильный рост дохода [3].

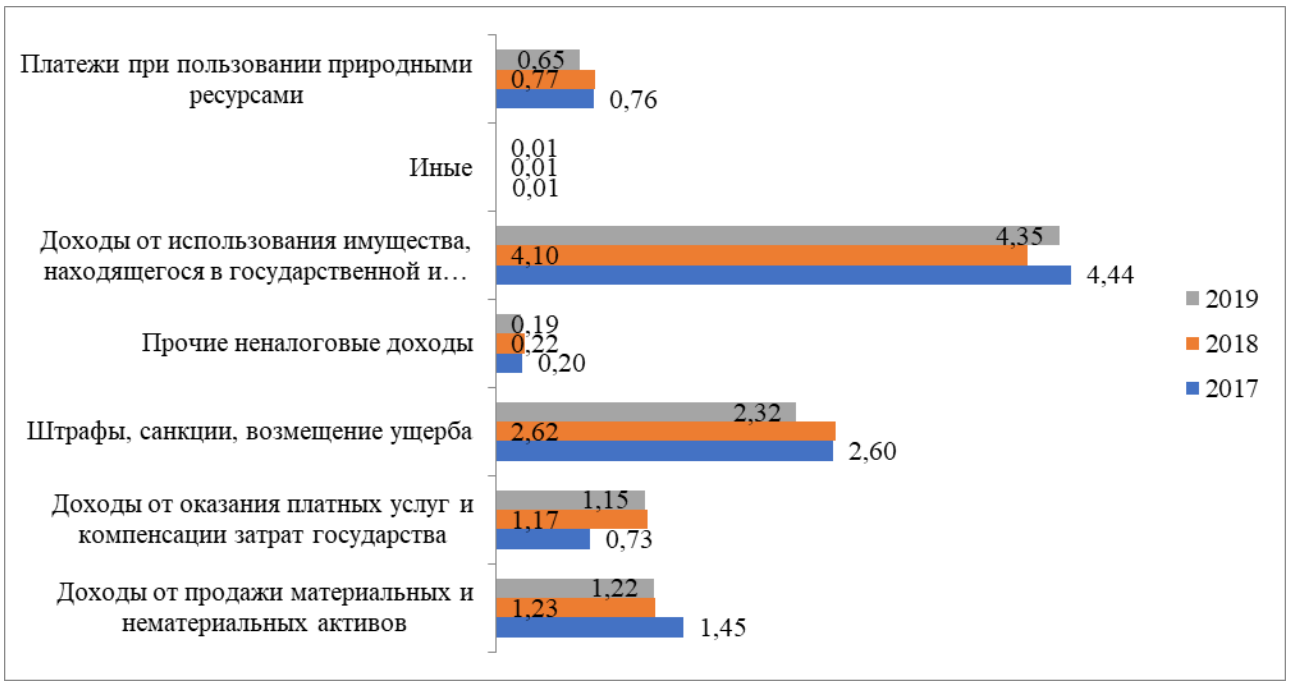


Рис. 2. Исполнение регионального бюджета по доходам, млрд. руб

На данный момент в целях совершенствования управления муниципальной собственностью в городе Нижний Новгород действует программа «Управление муниципальным имуществом и земельными ресурсами города Нижнего Новгорода» на 2019-2024 годы. Основной целью программы является достижение наивысших показателей по обеспечению полномочий в сфере управления имуществом и землей. К основным задачам относится формирование оптимального состава муниципального имущества, совершенствование системы учета объектов муниципальной собственности города Нижнего Новгорода [4].

В программе указано что по состоянию на 01.01.2019 года балансовая стоимость имущества Муниципальной казны города Нижнего Новгорода составляла 55,9 млрд. руб., в том числе стоимость недвижимого имущества – 45,9 млрд. руб., движимого имущества – 5,2 млрд. руб., непроизведенных активов – 4,8 млрд. руб. В том числе в муниципальном образовании имеются: акции 13 хозяйственных обществ; доли в уставных капиталах 2 хозяйственных обществ;19 муниципальных предприятий, из них: одно - в стадии ликвидации; одно - в процедуре банкротства. По состоянию на

01.01.2019 года в собственности города Нижнего Новгорода находятся 4341 земельных участков общей площадью 7305,96 га.

Требуется наличие кадастровых паспортов и государственной регистрации прав для эффективного управления муниципальными земельными участками и возможности вовлечения этих объектов недвижимости в сделки (продажа (приватизация), передача в аренду).

Объем поступающих платежей в бюджет города от использования земельных участков зависит от количества оформленных правовых документов на землю областными органами исполнительной власти и администрацией города Нижнего Новгорода.

Одним из приоритетных направлений деятельности в сфере земельных отношений является работа по предоставлению земельных участков для индивидуального жилищного строительства в порядке бесплатного предоставления отдельным категориям граждан. По состоянию на 01.01.2019 года состоят на учете и имеют право на бесплатное получение земельных участков 216 многодетных семьи [4].

Еще одним из актуальных проектов в регионе является применение государственно частного партнерства В целях координации деятельности органов исполнительной власти Нижегородской области в сфере ГЧП и концессии принято постановление Правительства Нижегородской области от 27 октября 2016 года №722 «О подготовке и реализации проектов на основе концессионных соглашений и соглашений о государственно-частном партнерстве, а также проведении оценки эффективности проекта муниципально-частного партнерства и определении его сравнительного преимущества». Данное постановление подразумевает собой порядок подачи инвесторами частных инициатив в аппарат Правительства Нижегородской области и рассмотрения их органами исполнительной власти Нижегородской области, а также участия органов исполнительной власти Нижегородской области в рассмотрении проектов МЧП и заключении муниципальными образованиями концессионных соглашений в отношении объектов

теплоснабжения, централизованных систем горячего водоснабжения, холодного водоснабжения и (или) водоотведения, отдельных объектов таких систем [5].

Рассмотрим применение модели концессионных соглашений на примере Нижегородской области. На сайте администрации города Нижнего Новгорода представлены перечни объектов, в отношении которых планируется заключение концессионных соглашений и соглашений о муниципально-частном партнерстве на 2018 год, более актуальной информации не представлено [8].

Данная тенденция применения государственно-частного партнерства имеет серьезные перспективы в отношении развития муниципальных образований и их экономической основы.

Таблица 1

Перечень объектов, в отношении которых планируется заключение концессионных соглашений в 2018 году

№ п/п	Наименование объекта	Состав объекта, краткое описание объекта	Адрес объекта (в том числе земельных участков, с указанием формы собственности)	Мероприятия в отношении объекта
1	Нежилое отдельностоящее здание (склад-ангар)	Общая площадь: 1001,90 кв.м, кадастровый номер: 52:18:0050303:45	г. Нижний Новгород, пр-т Ленина, д. 84а	Реконструкция
2	Рельсовый (железнодорожный) подвижной состав	26 вагонов	г. Нижний Новгород, пр-т Ленина, д. 84а	Модернизация
3	Здание диспетчерского	Назначение: диспетчерская, 2,	г. Нижний Новгород, ул.Долгополова,79 а	Реконструкция

	пункта	подвал – этажный, площадь: 362,1 кв. м, кадастровый номер: 52:18:0030086:77		
4	Остановочные павильоны с конструктивно связанными мультимедийным и табло вывода информации	334 остановочных павильона	г. Нижний Новгород	Создание

В связи с предстоящим празднованием юбилея города осуществлен масштабный проект «Город 800». Программа включает в себя три направления Символы800, Реставрация800 и Среда800 [6]. Символы800 – преобразование и перезагрузка основных городских локаций – своеобразных символов города. Реставрация800 поможет сохранить объекты культурного наследия. Среда800 – это программа благоустройства общественных пространств. Данный проект значительно повлияет на эффективность управления муниципальной собственностью, посодействует укреплению государственно-частного партнерства, поспособствует улучшению уровня жизни граждан нашего города.

Еще одна программа «Формирование комфортной городской среды города Нижнего Новгорода», в соответствии с которой осуществляется благоустройство территорий муниципального образования город Нижний Новгород [4].

Оценивая деятельность органов системы управления муниципальным имуществом, можно сделать вывод о том, что многое сделано и продолжает делаться для повышения уровня и качества жизни в регионе. Но для стоит отметить, что развитие муниципального образования напрямую зависит от эффективного управления имеющимся муниципальным имуществом. Это

способствует укреплению бюджета, увеличению его доходов. Состояние объектов влияет на привлечение инвесторов в муниципалитет. Необходимо активно применять программы развития и совершенствовать механизмы управления муниципальным имуществом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Конституция Российской Федерации
2. Федеральный закон от 06.10.2003 N 131-ФЗ (ред. от 23.05.2020) «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/
3. Единый портал бюджетной системы Российской Федерации [Электронный ресурс] – URL:http://budget.gov.ru/ http://budget.gov.ru/epbs/faces
4. Официальный сайт администрации города Нижний Новгород [Электронный ресурс] – URL: https://admgor.nnov.ru/upload/getODA/document19232.html
5. Министерство имущественных и земельных отношений Нижегородской области [Электронный ресурс] – URL: https://gosim-no.ru/pages/gchp-v-regione
6. Нижний 800/ Официальный портал 800-летия Нижнего Новгорода [Электронный ресурс] – URL: nizhny800.ru
7. Породина С.В. Особенности состава государственной и муниципальной собственности // Актуальные проблемы управления: Сборник научных статей IV Всероссийской научно-практической конференции «Актуальные проблемы управления» (30 сентября 2017 г). Электронное издание/ ред. кол. – С.Н. Яшин, Ю.С. Ширяева. – Нижний Новгород: ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2017. - 494 с.- С. 324-328 с.
8. Породина С.В., Оранова М.В., Пономарев М.П. Управление муниципальной собственностью в рыночных условиях // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2018. – № 10 (116). – С. 11.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ И ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В ГОСУДАРСТВЕННОМ СЕКТОРЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Маковейчук А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность затронутой темы связана со сложностями развития системы государственного управления, её трансформации в условиях меняющегося мира и новых трендов в сфере внедрения информационно-коммуникационных технологий, направленных на развитие кадрового потенциала. Данные процессы призваны повысить эффективность системы управления, быстроту и точность принятия решений, снизить влияние человеческого фактора. Особенно актуальным становится это в условиях текущей пандемии новой коронавирусной инфекции и на последующую перспективу подобных неблагоприятных ситуаций, оказывающих значительное влияние на жизнь государства и общества. Безусловно, важную роль сегодня играет повышение качества профессиональной деятельности в ответственных областях и формирование новых моделей взаимоотношения власти и общества.

Вопросы кадровой политики, её совершенствование, внедрение новых механизмов в процесс развития кадрового потенциала – всё это является важнейшими элементами эффективного функционирования любой системы или организации. И государственное управление не исключение. Активная имплементация цифровых технологий в различные его сферы призвано повысить прозрачность реализации государственной политики и принятия тех или иных управленческих решений, а также расширить возможности для общественного контроля на различных этапах реализации данных решений.

Рост и развитие Интернета в сочетании с информационно-коммуникационными технологиями сегодня становится одним из важных факторов повышения эффективности управления всеми сферами общественной жизнедеятельности. Актуальность проблемы цифровизации системы государственного и муниципального управления в России обусловлена осознанием необходимости формирования общества знаний, ориентиром развития которого является информационное общество и его инфраструктура.

Кадровые процессы и кадровые отношения пронизывают все сферы деятельности любого органа государственной власти независимо от того, какую власть он представляет – федеральную, региональную или муниципальную. «Кадры решают всё» – эта знаменитая фраза в настоящее время как никогда принимает актуальность в связи с тем, что отлаженная координация действий людей в организации определяет во многом эффективность её работы.

Во многом именно от выбранной стратегии и тактики кадровой политики, ее приоритетов, подходов, и в конечном счете выбранного набора применяемых технологий, действий, их последовательности зависит качество работы как каждого отдельного государственного служащего, оперативных направлений и действий межведомственного взаимодействия, так и всей системы государственного управления.

В настоящее время вопросы формирования эффективной кадровой политики в Российской Федерации в свете новых задач и вызовов приобретают особенную актуальность и находятся в постоянном поле внимания не только высших лиц государства, но и полномочных представителей президента в федеральных округах и, конечно, у руководителей субъектов. Кадровая политика, проводимая в последние несколько лет президентом России В.В. Путиным, по сути, базируется на чётком убеждении о необходимости постоянного роста эффективности и профессионализма деятельности чиновников всех уровней [1].

Вопросы повышения эффективности системы государственного управления, качества и скорости принятия решений сегодня актуализируются день ото дня. Новые вызовы и сложности, возникающие в условиях меняющегося мира и неблагоприятной внешней среды, требуют от представителей данной системы постоянного повышения своих компетенций, причём не только сугубо профессиональных, связанных с изменениями законодательства и иными перестройками в контексте цифровой трансформации, но и так называемых «софт скиллс», где важным фактором становится возможность психологической адаптации и многозадачности с высоким сохранением качества работы и минимизации ошибок. Здесь немаловажным становится и вопрос подготовки кадров не только в классическом формате высшего образования, но и дополнительные возможности повышения квалификации с использованием передовых знаний в области менеджмента, психологии, проектной деятельности и т.д.

Внедрение информационно-коммуникационных технологий в деятельность государственных и муниципальных структур призвано, прежде всего, повысить эффективность и устойчивость проведения государственной политики и государственных решений на той или иной территории, повысить качество управленческой деятельности, при этом снизив уровень бюджетных расходов и существенно сократив временные и материальные издержки, упростив реализацию различного рода бюрократических процедур при получении населением государственных и муниципальных услуг[2].

Сегодня подчас под цифровой трансформацией в разных сферах деятельности понимается автоматизация процессов, что не является верным. Примером здесь можно назвать различные программные комплексы, которые используются в системе коммунального хозяйства, промышленности, различных отраслях и тд. Трансформация – это иной процесс, который предполагает изменение среды, перестройку бизнес-процессов, исходя из новых возможностей, которые нам дают цифровые технологии.

Это достаточно актуально сегодня и для системы государственного управления, где успешно могут быть применены новые подходы к управлению, основанные, в том числе, и на принципах управления на основе больших данных. Важным фактором здесь становится минимизация рисков в данном процессе, так как в ряде ситуаций может происходить подмена достижения цели достижением показателей, фактор формального исполнения.

Для того, чтобы минимизировать подобные риски, должна быть создана система «умного» мониторинга и во главе угла стоять реальные изменения в жизни граждан, регионов и страны в целом. Любая цифровая трансформация на первом этапе будет затратной, но потом, в развитии, она должна принести существенную экономию. К примеру, прямой эффект может быть связан с повышением уровня сервиса и снижением затрат времени и усилий человека для решения тех или иных жизненных проблем и ситуаций, в результате чего он получит больше свободного времени для саморазвития, семейного досуга и т.д.

Внедрение цифровых технологий в сферу государственного управления позволяет «обезличить» процесс взаимодействия между отдельным чиновником и гражданином, что, с одной стороны, формирует принцип бесстрастности и не создаёт личной заинтересованности у чиновника к получению той или иной выгоды, существенно снижает коррупционные риски в части искусственного создания чиновниками определённых барьеров и сложностей для граждан, а самого гражданина лишает возможности в ряде случаев провоцировать должностное лицо на совершение тех или иных противоправных действий [3].

С другой стороны, такой деперсонализированный характер взаимодействия может нести в себе определённые проблемы в части несовершенства организации бесперебойности технологического процесса, стандартизирует процесс принятия решений, что в ряде случаев может стать недостатком, когда есть индивидуальные особенности, которые «машина»

может не учесть. Поэтому, безусловно, цифровые технологии не могут стать панацеей от коррупции, но могут упростить возможности решения многих административных вопросов и расширить возможности для широкого контроля профессиональной деятельности должностных лиц в части взаимодействия с гражданами.

Внедрение передовых технологий приводит к большому количеству положительных эффектов и последствий для цифровой экономики от повышения конкурентоспособности до повышения качества жизни. Необходимо сделать акцент на том, что несмотря на важные преимущества этих технологий, в будущем обострится борьба за отток кадров низшей и средней квалификации. Тем не менее наше общество и благоприятная инновационно-креативная среда позволят претворить в жизнь проекты, реализуемые в цифровом пространстве [4].

Вопросы развития кадрового потенциала в системе государственного управления в контексте цифровизации экономики важны и с точки зрения освоения новых возможностей, которые предоставляют актуальные сегодня информационные технологии и цифровые инструменты. Формирование концепции «цифрового чиновника», его цифрового аватара, обеспечивающего возможности оперирования большим количеством процессов, дополняющим его профессиональную деятельность с целью повышения эффективности процесса принятия решений и снижения временных издержек, а также ошибок, позволяет судить о серьёзной в обозримом будущем трансформации всей системы государственного управления, её сервисных функций, развитии новых форматов обратной связи и механизмов общественного контроля.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гарафутдинова Н.Я. Цифровизация как неотъемлемый элемент кадровой работы и профессионального развития федеральных служащих // Кадровик, 2020. – №5 – стр. 85-89.

2. Маковейчук А.В. Внедрение технологий искусственного интеллекта в систему государственного управления как фактор развития политической системы: проблемы и перспективы // Политика развития, государство и мировой порядок Материалы VIII Всероссийского конгресса политологов. Под общ. ред. О. В. Гаман-Голутвиной, Л. В. Сморгунова, Л. Н. Тимофеевой. – Издательство: Общество с ограниченной ответственностью Издательство «Аспект Пресс» (Москва), 2018. – с. 320.

3. Сейнароев А.Б. Информационные технологии в реализации антикоррупционных практик на региональном уровне // Вестник экспертного совета, 2015. – №3. – с.123-129.

4. Круглов Д.В., Круглова О.Д. Особенности кадрового обеспечения в условиях цифровизации // Лидерство и менеджмент, 2019. – № 4. – с. 479-486.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Мамиоффе А.Р.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время позиция Министерства просвещения РФ: «Родители вправе выбирать учреждение образования для ребенка». Во главе требований, как для частных, так и для муниципальных школ и детских садов, - обеспечение качественного образования и безопасности учащихся. Все учреждения выполняют требования нормативных правовых актов в сфере образования, в том числе и санитарных правил, реализуют одинаковые учебные программы, утвержденные министерством, применяют те же учебники, оценивают школьников по одним нормам. Но уровень безопасности в частных образовательных учреждениях намного выше, чем в обычных школах и ДОУ. В связи с этим, конкурентоспособность муниципальных образовательных учреждений намного ниже, чем у частных [1].

Сегодня ответственность за безопасность детей в учебном заведении одновременно возлагается как на воспитателей и учителей, так и на

директоров образовательных учреждений, Департамент образования, районные отделы образования, городские Комитет образования, органы МВД, ГО и ЧС. Однако единого комплексного понимания путей решения вопросов безопасности детских образовательных учреждений до сих пор не выработано.

Исходя из проведенных исследований, решение вопроса безопасности образовательного учреждения с технической точки зрения возможно по трем основным направлениям:

1) ограничение доступа в ДОУ (48%);

2) организация комплексного контроля ситуации (35%);

3) оперативное реагирование (17%).

Также, согласно постановлению Администрации города Нижнего Новгорода в каждой школе Нижнего Новгорода была проверена система пожаротушения, проходная система в общеобразовательные учреждения, наличие турникетов, наличие металлоискателей, осуществление сопровождения посетителей, физическая охрана и многое другое, что должно функционировать в общеобразовательных учреждениях [2].

В результате проверки было выявлено множество нарушений в общеобразовательных учреждениях. Ни ода школа не прошла проверку без замечаний комиссии. Основными проблемами в общеобразовательных учреждениях оказались бесконтрольный проход на территорию школы и в сами школьные здания, а также недостаточное количество камер видеонаблюдения на территории.

Из опыта зарубежных стран можно сделать вывод, что инновационные технологии существенно увеличивают уровень безопасности. В школах Китая создается эффект наблюдения за каждым (установлено множество камер видеонаблюдения), также в каждой есть турникеты со сканером отпечатков пальца или распознавания лиц. Таким образом, проход в школу без занесения в базу или официального разрешения от руководства практически невозможен.

В связи с вышеизложенным, актуальное значение приобретает разработка социально–экономического проекта по внедрению пропускной системы в муниципальные образовательные учреждения со сканером отпечатка пальца.

Данный проект разработан в целях совершенствования системы профилактических мер антитеррористической направленности, а также создания возможности усиления родительского контроля в образовательном учреждении.

В настоящее время вход в школы осуществляется в бесконтрольном порядке. Турникеты есть практически везде, но не функционируют. Введение контрольно-пропускного режима колоссально затруднит осуществление несанкционированного проникновения в учебное заведение.

Исходя из данных опроса о безопасности учащихся в учебном заведении, удовлетворенность родителей составляет 10%. Основной проблемой в обеспечении безопасности учеников, по мнению родителей, является бесконтрольный вход и выход в общеобразовательные учреждения. Соответственно, при введении вышеуказанной системы, этот показатель должен повыситься минимум до 90%.

Также повышение посещаемости школы учениками может осуществиться в связи с вводом контроля за посещением и возможностью родителей получать смс-уведомления о входе и выходе ученика из школьного заведения, что также способствует увеличению уровня знаний в данной школе.

Пропускная система со сканером отпечатка пальца была введена в некоторые образовательные учреждения городов Российской Федерации. По отзывам руководителей школ и родителей учеников, система полностью исключила несанкционированный вход в учебное заведение, что, кроме всего прочего, способствует уменьшению воровства примерно на 20%. Отзывы руководителей образовательных учреждений, осуществивших внедрение

пропускной системы со сканером отпечатка пальца, являются только положительными [3, 4].

Одним из важнейших результатов эффективности данного проекта по внедрению пропускной системы со сканером отпечатка пальца в школы является исключение возможности проникновения в образовательное учреждение посторонних людей. Главной задачей охранных систем в школах является ограничение доступа посторонних. Отпуская ребенка в школу, родители, прежде всего, хотят, чтобы там было безопасно.

Анализируя ситуацию, мы можем прийти к неутешительным выводам о том, что безопасности учебных заведений не уделяется должного внимания. В частности, не существует единой политики безопасности в данной области. Большинство школ и ВУЗов решают данный вопрос за счет внебюджетных средств, при этом уровень подготовки лиц, занятых в сфере обеспечения безопасности, оставляет желать лучшего. Практически ни одно учебное заведение не обладает современными системами охранно-пожарной сигнализации, отсутствует нужное количество камер видеонаблюдения и иные охранные системы. Введение новой технологичной пропускной системы повысит конкурентоспособность муниципальных образовательных учреждений по отношению к частным. Родители учеников будут спокойны и уверены, что в учебное время их ребенок под надежной защитой.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Афоничкин А. И., Горелик О.М., Волохин С.Б. Повышение конкурентоспособности образовательных услуг высшей школы в регионе (на примере Самарской области) // Маркетинг образовательных услуг. – М.: МЭСИ, 2018. – 69 с.

2. Постановление Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2019г. №1039 «О государственной аккредитации образовательной деятельности»/ Консультант Плюс [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_154680/

3. Интервью с директором МОУ СОШ № 5 (г. Ноябрьск) о системе доступа в школу по отпечатку пальца: [Электронный ресурс].URL: https://www.youtube.com/watch?v=4zuml8weJ0E&feature=youtu.be

4. Интервью с директором школы № 76 (г. Екатеринбург) о системе доступа и оплаты обедов по отпечатку пальца: [Электронный ресурс].URL: https://www.youtube.com/watch?v=mZ-Vmbwfk8A&feature=youtu.be

ОСОБЕННОСТИ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКЕ РФ

Мигович В.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Молодежная политика является приоритетной государственной политикой во всех странах мира, которая направлена на обеспечение социального единства, трудовой занятости, поддержки молодых семей, развитие молодежного здравоохранения, культуры и спорта. Молодежь можно охарактеризовать как наиболее восприимчивую категорию граждан к различного рода переменам. Молодежь склонна, в большинстве своем, к риску, потребительскому отношению, считающая материальное благополучие своим социальным успехом, наличие денег как меру свободы и независимости, скептически настроенная к жизни. Из этого возникает потребность в выработке эффективных направлений развития молодежной политики преодоления проблем в молодежной среде, проявляющихся в девиации, снижение морально-нравственных устоев, нигилизме и других проблемах.

Осуществление молодежной политики регламентируется нормативно-правовыми актами различного уровня. Выделим основные, которые отражают цели, задачи механизмы и направления реализации государственной молодежной политики. На федеральном уровне молодежную политику регулируют следующие нормативно-правовые документы:

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17.11.2008 №1662-р «Об утверждении концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года».

2. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29.11.2014 №2403-р «Об утверждении основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года».

3. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29.05.2015 №996-р «Об утверждении Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года».

4. Письмо Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.05.2007 №АФ-163/06 «О концепции государственной политики в отношении молодой семьи».

Стоит отметить, что среди вышеперечисленных документов нет единого федерального закона о молодежной политики, так же, особенностью этих нормативно-правовых актов является то, что ряд пунктов касательно молодежной политики в одном документе, повторяется и в других документах тоже. Так, концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года в отношении молодёжной политики предусматривается [1]:

- Вовлечение молодежи в социальную практику и ее информирование о потенциальных возможностях саморазвития, обеспечение поддержки научной, творческой и предпринимательской активности молодежи.
- Формирование целостной системы поддержки, обладающей лидерскими навыками, инициативной и талантливой молодежи.
- Развитие гражданского образования и патриотическое воспитание молодежи, формирование правовых, культурных и нравственных ценностей среди молодежи.

Эти же положения упоминаются и в остальных федеральных нормативно-правовых актах, регулирующих молодежную политику. Так, к

примеру, в документе «Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» предполагается решить ряд задач [2]:

- формирование устойчивой системы нравственных и гражданских ценностей, созданию условий для развития и патриотического воспитания молодежи;
- вовлечение молодежи в творческую деятельность, поддержка молодых деятелей искусства, а также талантливой молодежи, занимающейся современными видами творчества и не имеющей специального образования; развитие просветительской работы с молодежью, инновационных образовательных и воспитательных технологий, а также создание условий для самообразования молодежи.
- создание условий для реализации потенциала молодежи в социально-экономической сфере, а также внедрение технологии «социального лифта», создание в регионах России систем информирования молодежи о возможностях трудоустройства в других субъектах Российской Федерации, а также программах поддержки открытия собственного бизнеса.

Стратегия развития воспитания так же предполагает осуществление гражданского, патриотического и духовного воспитания, что соответствует пунктам в предыдущих документах, но в более подробном виде.

Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17.11.2008 №1662-р «Об утверждении концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» является документом, который затрагивает все сферы общества, развитие молодежной политике в этом документе упоминается частично. Основными федеральными документами, в которых делается упор на развитие молодежной политики выступают «Основы государственной молодежной политики до 2025 года», «Утверждение стратегии развития воспитания до 2025 года» и «Письмо Министерства образования и науки в поддержку молодой семьи», если изучить эти документы, то становится ясно, что

основной упор в них делается на нравственное гражданское патриотическое воспитание, популяризацию активного здорового образа жизни, саморазвитие молодежи, социальной адаптации, поддержки молодых семей, молодых ученых, сохранение культурных традиций. Все эти положения можно найти в вышеперечисленных документах.

Рассмотрим, как реализуются эти показатели на практике.

Таблица 1

Итоги работы Федерального агентства по делам молодежи (Росмолодежь) за 2018-2019 гг. [5]

Ключевые показатели	2018г.	2019г.	Темп роста 2018г. к 2019г, в %
Вовлечение молодежи в инновационную деятельность и научно-техническое творчество, человек	1 298 831	6 795 327	523,19%
Социализация молодёжи, нуждающейся в особой заботе государства, человек	669 070	684 600	102,32%
Количество молодежи, принимавших участие в мероприятиях развития международного и межрегионального молодежного сотрудничества, человек	393 453	431 660	109,71%
Работа с молодежью, находящейся в социально-опасном положении, человек	893 261	913 344	102,25%
Вовлечение молодежи в занятие творческой деятельностью, человек	6 196 488	9 286 529	149,87%
Содействие профориентации и карьерным устремлениям молодежи, человек	2 194 379	2 709 491	123,47%
взаимодействие молодых людей с общественными организациями и движениями, человек	3 646 821	32 237 933	884,00%
Количество молодежи, принимавших участие в мероприятиях по формированию у молодежи семейных ценностей, человек	2 126 842	2 188 317	102,89%

Количество молодежи, принимавших участие в мероприятиях по патриотическому воспитанию молодежи	7 376 823	10 766 355	145,95%
Количество молодежи, принимавших участие в мероприятиях по формированию российской идентичности, единства российской нации, содействие межкультурному и межконфессиональному диалогу, человек	3 251 287	4 635 831	142,58%
Вовлечение молодежи в волонтёрскую деятельность, человек	3 640 335	4 994 717	137,20%
Вовлечение молодежи в здоровый образ жизни и занятия спортом, популяризация культуры безопасности в молодежной среде	10 350 475	11 614 717	112,21%
Финансирование информационного освещения реализации государственной молодежной политики, тыс. руб.	81 736	80 771	98,82%

Из данных таблицы 1 видно, что в 2019 г. в сравнение с 2018 г. все показатели увеличились, стоит отметить, что значительно увеличились показатели, на который делается основной упор в нормативно-правовых актах. Так вовлечение молодежи в инновационную деятельность, научно-техническое творчество увеличилось на 423, 19%; количество молодежи занятой в творческой деятельности возросло на 49,87%;количество молодых людей, воспользовавшихся помощью в профориентации возросло на 23,47%; количество молодых людей, принявших участие в патриотическом воспитание увеличилось на 45,95%; количество молодых людей, ведущих активный здоровый образ жизни возросло на 12,21%; взаимодействие активной молодежи с общественными организациями увеличилось на 784%.

Данные показатели свидетельствуют о достаточно эффективной реализации нормативно-правовых актов, но поскольку, изучив документы, мы нашли в

них некоторые повторения, целесообразно будет издать один закон об утверждение основ государственной молодежной политики, в котором объединить другие нормативно-правовые акты с целью оптимизации и удобства использования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17.11.2008 №1662-р «Об утверждении концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года».
2. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29.11.2014 №2403-р «Об утверждении основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года».
3. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29.05.2015 №996-р «Об утверждении Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года».
4. Письмо Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.05.2007 №АФ-163/06 «О концепции государственной политики в отношении молодой семьи».
5. Официальный сайт Федерального агентства по делам молодежи (Росмолодежь) [Электронный ресурс] URL:https://fadm.gov.ru/?hashtags=18.

МОНИТОРИНГ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ ДО 2035 ГОДА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Соловьёв А.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

От качества управления территорией во многом зависит социально-экономическое положение субъектов РФ. Одним из самых важных инструментов территориального управления, безусловно, является

стратегическое планирование. 21 декабря 2004 г. был утвержден Федеральный закон № 172-ФЗ «О системе стратегического планирования в Российской Федерации», в соответствии с которым каждый регион обязан разрабатывать определенные стратегические документы. В Нижегородской области таковым является Стратегия развития Нижегородской области до 2035 года, которая была принята в 2017 году. Прошлая Стратегия была не реализована, что свидетельствует о наличии проблемы в сфере мониторинга и контроля исполнения таких документов.

Современные тенденции развития информационных технологий, в том числе переход документооборота от бумажных носителей к электронным, доступность необходимой информации в любое время и в любой точке земного шара, с необходимостью приводит к развитию цифровой экономики страны. Одним из ведущих направлений информатизации являются нейротехнологии и искусственный интеллект. В связи с этим указом Президента была разработана и принята соответствующая Национальная Стратегия развития искусственного интеллекта на период до 2030 года [1], целями которой провозглашено обеспечение национальных интересов и реализация стратегических национальных приоритетов, в том числе в области научно-технического развития. Это актуальное направление получило своё развитие и в сфере решения некоторых экономических проблем.

В работе [2] решается задача кластеризации регионов Российской Федерации с использованием искусственной нейронной сети (ИНС) Кохонена, которая была построена в модуле Neural Networks системы STATISTICA. Объектом изучения выступала инновационная деятельность субъектов РФ. Была выявлена достаточная выраженная неравномерность в развитии регионов.

В работе [3] с помощью нейросетевого моделирования был проведен анализ динамики развития строительной отрасли РФ по регионам. Все административно-территориальные единицы страны были разбиты на 4

кластера. По результатам исследования также был выявлен неравномерный характер развития субъектов РФ в данной отрасли.

Обзор рассмотренных источников показывает, что такие технологии как нейросети и искусственный интеллект широко используются для решения различных задач в экономической сфере. В связи с этим целью данной работы является мониторинг реализации Стратегии развития Нижегородской области до 2035 года с использованием нейросетевого инструментария. В частности, для кластеризации были использованы самоорганизующиеся карты (СОК) Кохонена [5], а для прогнозирования – многослойный персептрон [4].

Для проведения анализа были взяты данные с официального сайта Федеральной службы государственной статистики [6] по следующим пяти показателям за 5 лет:

X1 – валовый региональный продукт на душу населения (рублей);

X2 – производительность труда (тыс. рублей);

X3 – инвестиции в основной капитал на душу населения (рублей);

X4 – поступление налогов, сборов и иных обязательных платежей в консолидированный бюджет (млн. рублей);

X5 – оборот розничной торговли на душу населения (рублей).

Все регионы были кластеризированы на 5 групп: «Лидеры», «Выше среднего», «Средние», «Ниже среднего», «Аутсайдеры». Нижегородская область попала в кластер «Средние», состав которого приведён в таблице 1.

В Стратегии развития Нижегородской области до 2035 года обозначены так называемые регионы – бенчмарки, то есть регионы, на которых ровняется Нижегородская область. Это Татарстан, Самарская и Свердловская области. Как видно из таблицы 1, Нижегородская область попала в тот же кластер, что и регионы – бенчмарки.

Таблица 1

Состав кластера «Средние»

Белгородская область	Ростовская область
Воронежская область	Республика Башкортостан
Липецкая область	Республика Татарстан
Московская область	Пермский край
Архангельская область	Нижегородская область
Ленинградская область	Самарская область
Мурманская область	Свердловская область
г. Санкт-Петербург	Тюменская область
Краснодарский край	Приморский край
Хабаровский край	Амурская область

Рассмотрим ситуацию более подробно. Как видно из рис. 1, Нижегородская область отстаёт по показателю ВРП на душу населения от регионов – бенчмарков, однако демонстрирует положительную динамику в течение последних пяти лет, хотя в последний год темп роста замедлился.

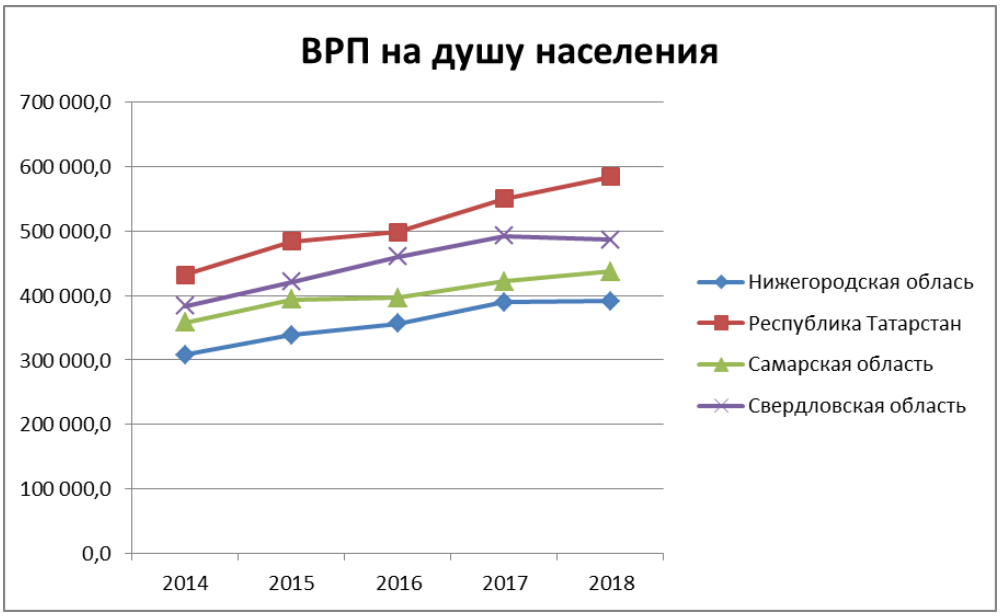


Рис. 1. График ВРП на душу населения (источник: данные Росстата [6])

Что касается производительности труда (рис. 2.), Нижегородская область находится на том же уровне, что и Свердловская область, но всё также отстаёт от Самарской области и Республики Татарстан. При этом динамика производительности труда хорошая. За 5 лет она выросла в 1,5 раза.

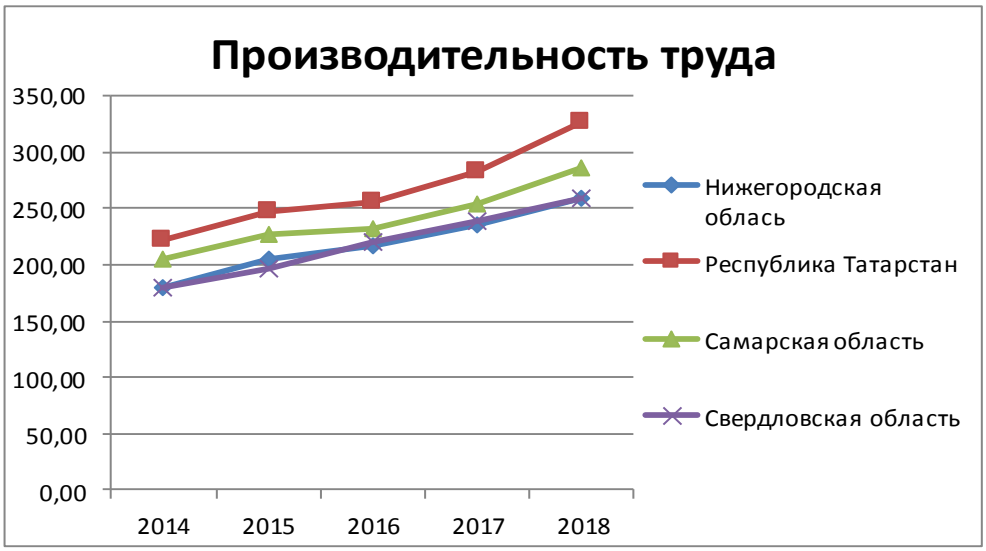


Рис. 2. График производительности труда

По инвестициям в основной капитал на душу населения (рис. 3.) Самарская, Свердловская и Нижегородская области находятся приблизительно на одном и том же уровне, однако лидерство за собой сохраняет Республика Татарстан.

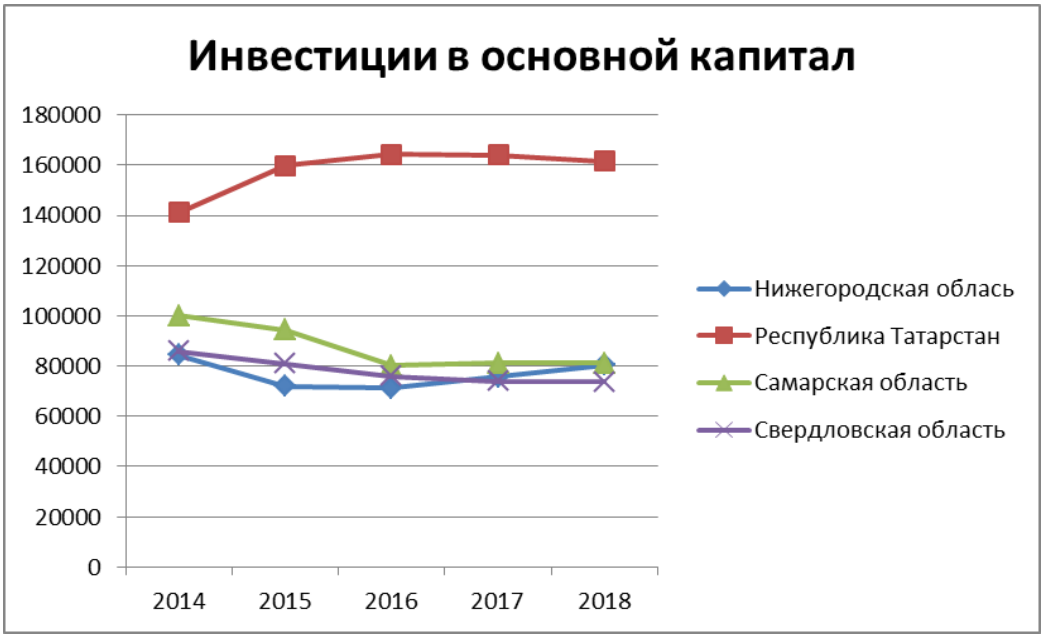


Рис. 3. График инвестиций в основной капитал на душу населения

Что касается поступления налогов, сборов и иных обязательных платежей в консолидированный бюджет региона (рис. 4.), то здесь явными лидерами являются республика Татарстан и Свердловская область. Нижегородская область демонстрирует положительную динамику показателя.

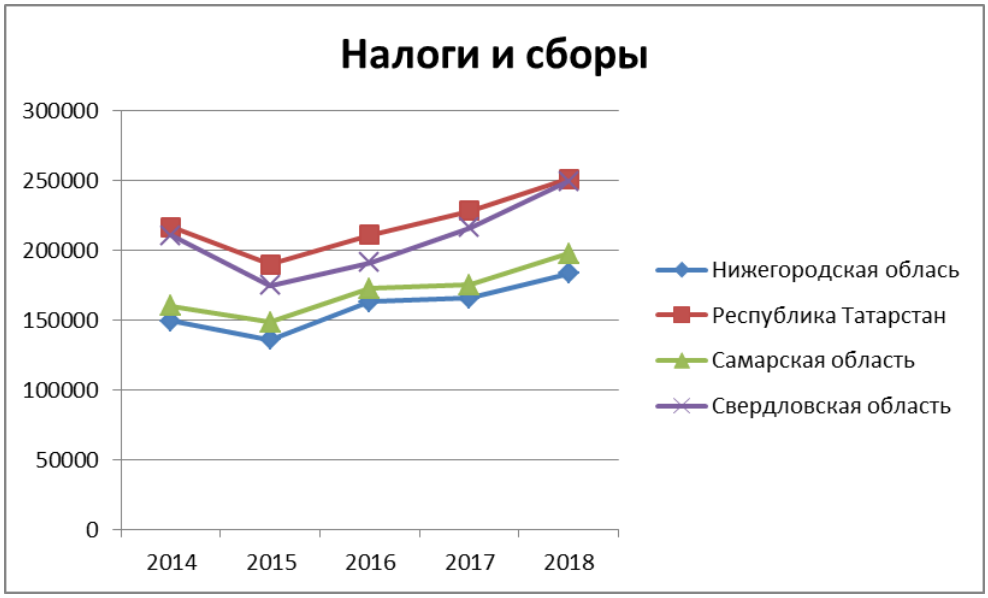


Рис. 4. График налогов, сборов и иных обязательных платежей

И последним показателем является оборот розничной торговли на душу населения (рис. 5.).

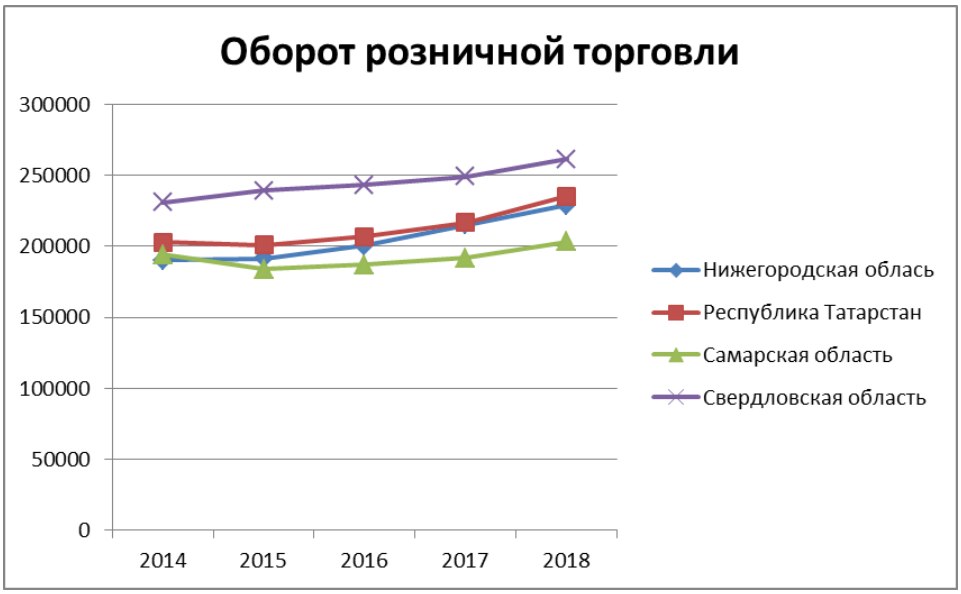


Рис. 5. График оборот розничной торговли на душу населения

Как видно из рис. 5, лидером является Свердловская область. Нижегородская область находится на одном уровне с республикой Татарстан, а самые низкие показатели у Самарской области.

Открытым остается вопрос, позволяет ли сложившаяся ситуация достигнуть целевых показателей, обозначенных Стратегией развития Нижегородской области до 2035 года. Для ответа на этот вопрос необходимо спрогнозировать дальнейшее развитие региона по ключевым показателям и сравнить с таргетными. Для этого была использована ИНС – многослойный персептрон. Прогноз производился по показателю ВРП на душу населения.

В результате нейросетевого моделирования были получены следующие данные, приведенные в таблице 2.

Таблица 2

Показатели ВРП на душу населения с учётом прогноза

Показатели	2016	2017	2018	Прогнозные значения				Целевые показатели
				2019	2020	2021	2022	2020
ВРП на душу населения	356 725	389 339	424 085	450 222	458 731	540 141	597 189	425 000

Как видно из таблицы 2, Нижегородская область достигла целевого показателя 2020 года уже в 2018 году. Поэтому даже с учетом рецессии в экономике из-за Всемирной пандемии COVID-19, по данным прогноза, к 2020 году регион перевыполнит план по ВРП на душу населения на 108%. Если такая положительная динамика сохранится, таргетные показатели 2024 и 2035 годов будут, безусловно, достигнуты.

Таким образом, использование технологий искусственного интеллекта позволяет быстро и эффективно проводить мониторинг реализации Стратегии развития Нижегородской области до 2035 года. Данный способ могут использовать специалисты Проектного Офиса Правительства Нижегородской области, задачами которого как раз и являются мониторинг реализации Стратегии, а также своевременное внесение корректировок.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Национальная стратегия развития искусственного интеллекта на период до 2030 года»: Указ Президента РФ от 10 октября2019 г.№ 490 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.kremlin.ru/acts/bank/44731/(дата обращения: 23.11.20).
2. Перова В.И., Ласточкина Е.И. Нейросетевое моделирование динамики инновационной деятельности в регионах Российской Федерации // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки, 2015. – №3(39). – с. 49-58.
3. Субботин А.В. Использование нейросетевых технологий для оценки деятельности строительных организаций по регионам российской федерации // Молодежь и предпринимательство: проблемы теории и практики: Материалы VII Научно-практической студенческой конференции (Нижний Новгород, 12 декабря 2019 г.). – Н.Новгород: Изд-во ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2019. – 1327 с.
4. Хрусталёв Е.Ю., Шрамко О.Г. Использование метода нейронных сетей для прогнозирования эффективности инвестиционных вложений // Экономический анализ: теория и практика. – 2017. – Т. 16, № 8. – С. 1438–1454.
5. Самоорганизующиеся карты — математический аппарат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://basegroup.ru/community/articles/som/ (дата обращения: 23.11.2020).
6. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/ (дата обращения: 24.11.20).

ПРОФИЛАКТИКА ЭКСТРЕМИЗМА И ТЕРРОРИЗМА В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Фролов Г.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время проблема профилактики экстремизма и терроризма в молодежной среде, а также предоставление достоверных знаний об истории, культуре и народах с каждым годом становится все более актуальной. Для решения этой задачи с учетом современных тенденций необходимо разработать совершенно новую форму работы, благодаря которой у объектов воздействия профилактической работы будет сформировано и закреплено духовно-нравственное и патриотическое воспитание, а также толерантное отношение к огромному многообразию национальностей, проживающих на территории страны и религиям, ведущим свою деятельность в Российской Федерации. Данные задачи частично поставлены в Стратегии противодействия экстремизму в Российской Федерации до 2025 года, утвержденной Указом Президента Российской Федерации № 344 от 29.05.2020 г. [1]

Основные понятия, характеризующие экстремизм в Российской Федерации, закреплены в Федеральном законе от 25 июля 2002 г. N 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности» [2].

Вся противозаконная деятельность, указанная в данном Федеральном законе, стала набирать популярность на новых цифровых площадках, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

По словам Липина А., руководителя Роскомнадзора: «Рост большой. Только за 2019 год 531 тысяча таких материалов. Это пропаганда суицида, детская порнография и это информация о распространении и пропаганде наркотиков. Но на первом месте - 208 тысяч – это материалы экстремистских и террористических организаций» [3].

Описывая суть и актуальность проблемы можно сказать, что рост деструктивной информации в сети «Интернет», преимущественно в социальных сетях, увеличивается из года в год. Только за 2019 год Роскомнадзором было выявлено 531 тысяча материалов деструктивного характера. В этот список вошли материалы по пропаганде суицидального поведения и суицида, пропаганда и информация об распространении и употреблении психоактивных веществ и наркотиков, детская порнография. Лидерство среди такого рода контента занимают материалы экстремистских и террористических организаций, движений и сообществ – более 208 тысяч (более 39 % от числа деструктивного контента в социальных сетях). Стоит отметить, что данные материалы представляю собой не одиночные самостоятельные посты, а хорошо спланированные медиа-кампании с анализом трендов и целевых групп воздействия.

Рассматривая Нижегородскую область нельзя не отметить актуальность данной темы для данного региона. На территории субъекта проживает более 100 народов и этнических групп, а также в образовательных организация высшего образования обучается большое количество иностранных студентов – более 4500 тысяч человек или 5 % от общего числа студентов образовательных организаций высшего образования (порядка 90 тысяч студентов).

Сегодня, в период стремительного вовлечения новых пользователей, широкого использования сети «Интернет», потребления и создания самостоятельного информационного контента, а также его доступности для массового использования, уже нельзя сказать, что обучающиеся и студенты являются объектами воспитательной и идеологической работы, сегодня они являются и субъектами этой работы, поэтому нужно уделять большое внимание формированию критического мышления у молодежи, предоставлению достоверной исторических данных, а также информировать ее о существующих методах проверки достоверности информации.

Рассмотрим инструменты воздействия деструктивных организаций, движений и сообществ на сознание молодежи. Наибольшую популярность набирают «deepfake» и «fake news».

«Deepfake» – это поддельные или искаженные по своей сути видео или аудиозаписи, а также текст, которые звучат и выглядят как настоящие.

От слов «глубинное обучение» (от англ. Deep learning) и «подделка» (англ. Fake), методика синтеза, чаще всего основанная на использовании генеративно-состязательных нейросетей (GAN), разработанных в 2014 году студентом Стэнфордского университета Яном Гудфеллоу.

Первое публичное применение – в 2017 году на Reddit появились порно-ролики с лицами звезд [2].

Зачастую данная технология применяется в шантаже, манипуляциях политическими кампаниями, умышленном нанесение ущерба репутации общественных деятелей, использовании в качестве потенциальных доказательств в судебных процессах, в киберпреступлениях и кражах, подрыве журналистских стандартов.

Для разоблачения таких материалов зачастую требуется достаточно длительное время и владение необходимыми инструментами анализа.

«Fake news» (поддельные, ложные новости) – это намеренное распространение дезинформации в социальных медиа и традиционных СМИ с целью введения в заблуждение с целью склонения потенциального потребителя информации в свою сторону[5]. Возможно один из древнейших и самых действенных инструментов воздействия на сознании человека, который в современных реалиях получил новую форму по масштабу своего влияния.

Таким образом, информационно-телекоммуникационные технологии становятся главным инструментом формирования экстремистских взглядов и принятия деструктивного контента молодежью, а также вовлечения молодежи в экстремистские и террористические организации, движения, сообщества.

При поиске деструктивного контента с целью его блокировки также начинают появляться определенные трудности в связи с тем, что меняются формы его представления, а именно из текстового формата, в формат картинок (JPEG, PNG, GIF и прочие), что зачастую не позволяет отследить такие материалы автоматическими инструментами и переводит данный вид деятельности в человеческий труд из-за чего эффективно отслеживать данный контент становится практически невозможно.

Подводя итог, следует отметить, что с развитием сетей «Интернет» динамично распространяются материалы деструктивного характера, в том числе материалы представляющие ложную или искаженную информацию об истории, культуре народов и т.д. в зависимости от поставленных целей. Работа по блокировке данных материалов не приносит больших результатов, так как сегодня объект профилактической работы является и субъектом.

Одним из основных вызовов в работе по профилактике асоциального и девиантного поведения в молодежной среде заключается в изменение методов и форм данной работы.

Деструктивные сообщества уже перешли на новые формы работы с объектами воздействия деструктивной информации и активно используют современные технологии в реализации своих целей.

Проведя анализ деструктивного материалов в сети «Интернет», а именно в социальных сетях, можно предположить следующую характеристику для такого рода контента:

1) Спланированная медиа - кампания:

- Имеет четкую структуру;

- Реализуется в долгосрочной перспективе (от малого к большему с инцидентом в качестве итога);

- Гибкая структура способная к корректировке в зависимости от запросов объектов воздействия.

2) Реализуется с учетом трендов:

- Короткие видео или мемы;

- Акцент на особенности социальной группы (религиозная, этническая, по интересам);

- Простота к восприятию (коротко и понятно).

3) Повышенная степень вовлеченности объекта:

- Переход от количественной работы к качественной;

- Переход от количественной работы к качественной;

- Высокая эмоциональная связь (действие или информация способна вызвать эмоции у объекта).

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что возможным методом по недопущению вовлечения молодежи в деятельность экстремистских, террористических и других деструктивных организаций, движений и сообществ может являться воспитательно-просветительская работа, направленная на формирование критического мышления у молодежи, предоставление достоверных знаний об истории стран и народов, а также информирование молодежи об инструментах и способах проверки достоверности информации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Стратегии противодействия экстремизму в Российской Федерации до 2025 года, утвержденной Указом Президента Российской Федерации № 344 от 29.05.2020 г.

2. Федеральный закон от 25 июля 2002 г. N 114-ФЗ "О противодействии экстремистской деятельности";

3. Из доклада главы Роскомнадзора Андрея Липова на встрече с Президентов Российской Федерации Владимиров Путиным 10.08.2020г. – цитата;

4. Из материалов лекции консультанта по внедрению систем Искусственного Интеллекта Саркиса Григоряна, 11.10.2020 г.

5. Allcott H. Social media and fake news in the 2016 election [Электронный ресурс] / National Bureau Econimic Research; H. Allcott, M.Gentzkow. – Режим доступа: доступа: http://www.nber.org/papers

6. Каминский В.С. Трансформация общественно-политических воззрений в контексте электорального поведения населения [Электронный ресурс] / Проблемы развития территории, Режим доступа: http://pdt.isertran.ru/

Секция 6. CONTEMPORARY RESEARCH TOPICS IN MANAGEMENT AND ENTREPRENEURSHIP

MONETARY INTEGRATION IN AFRICA: THE CASE OF CFA FRANC ZONES

Agbo Dennis Kojo
National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

Notwithstanding inspecting the determinants of financial development, our investigation looks at the near exhibition of a subgroup of African economies, in particular those including the CFA zones. This issue has as of late been concentrated by a few specialists utilizing different relapse investigation or the benchmark group approach. These investigations have demonstrated that, while the CFA nations seemed to perform in a way that is better than other African nations in prior periods.

The essential focal point of these examinations has been to test the general exhibition of the two gatherings of nations. Our essential target is to examine the determinants of monetary development across Africa and to test the differential exhibition suggestion inside the setting of models of financial development in Africa got from late work in development hypothesis.

In the Central African CFA Franc zone, the standard deviations of development are impressive. This perception is especially pertinent for Gabon, which is the significant oil exporter of the zone and therefore the nation encountering the main variety in its yearly development rate. It is additionally applicable for Congo whose fares depend to a great extent 90% on oil and for Cameroon however the structure of creation is very expanded and oil represents under 50% of fares [2].

Chad's huge yield unpredictability is fairly amazing as indicated by the relative value dependability of cotton its fundamental produce, yet may discover an avocation in the political insecurity that the nation has suffered for a long time. At long last, Central African Republic's little standard deviation of yield is basically

because of the overall dependability of the market cost for precious stones and wood items which are the two principle regions of specialization in its economy. In the West African CFA Franc zone, the standard deviations in development are similarly little. A few nations like Benin and Burkina Faso have encountered a variety that is practically similar to European guidelines [3].

Trade effects of currency unions employing an augmented version of the gravity model of trade for the case of Africa with data for 217 countries and the time of 1948-2002. They find bilateral trade to double when both country are members of the same currency union and that the effect is very similar for the African countries and the whole sample. The trade effect is furthermore not associated with trade diversion from non-currency union members and is stronger the longer the mutual currency union membership persists [4].

Other authors investigate the question whether the CFA Franc zone is an optimum currency area (OCA). Zhao & Kim compare features of the CFA Franc Zone with the Eurozone with a structural vector autoregression method to model national outputs as determined by global, regional, and country-specific shocks [5].

They find that domestic outputs of members of the CFA Franc zone are heavily influenced by country-specific shocks while regional shocks are more important in the Eurozone. The see this as evidence that the CFA Franc zone countries are structurally different from each other and therefore are more likely to be affected by asymmetric 3 shocks. Thus, the CFA Franc zone is not fulfilling the criteria of an optimum currency area.

Kurihara examines the suitability of the currency union among CFA Franc members according to the OCA criteria focusing on business cycles and trade and endogeneity between variables. They find that the currency union and elimination of nominal exchange rate variability may result in large gains in active trade flows and convergence of business cycles [6].

José de Sousa & Lochard tried to quantify the extent to which currencies explain the “border effect puzzle” and find it to be 17% and 28% of the total border effect for the two CFA Franc zones [7].

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Benin	385,753616	317,9628553	411,926	279,6665	367,3873	387,4329	361,1003	379,4424	551,6194	511,4002	517,6142	572,2288	709,6905	797,3127
Burkina Faso	346,4106724	240,963481	244,1271	193,0702	235,8322	249,3603	229,4931	255,7182	265,3401	226,476	235,4912	260,7635	332,3443	371,3231
Cote d'Ivoire	848,75291	870,4811773	832,2827	605,2636	774,6712	827,762	774,7276	809,0127	771,9684	651,3059	664,1277	716,5303	869,7126	921,2013
Guinea-Bissau	257,7891756	221,7998175	227,0228	220,9602	233,2424	243,4387	237,129	178,8485	190,6726	308,1441	319,6775	331,4939	371,2198	404,3491
Mali	315,4563173	319,8380297	310,1383	223,018	282,3413	282,633	267,1892	281,8726	323,1686	269,8711	307,4369	334,8365	392,5248	440,1684
Niger	280,8614603	273,7306609	181,3239	170,5011	198,1819	202,2847	181,3287	196,9271	184,6486	158,705	165,5406	178,0545	215,9567	232,5856
Senegal	916,9307631	951,4285278	873,8831	580,1177	710,7245	719,5433	647,8294	681,2601	680,5724	604,6541	615,2685	656,6227	823,7211	940,5517
Togo	414,7820816	429,0420348	306,1506	238,4654	309,8184	336,9772	334,1434	342,6583	329,696	302,2064	292,5674	326,8556	396,03	412,5894
Cameroon	1024,424135	911,7414218	1204,763	801,1617	709,1148	752,5251	755,2397	720,797	740,9966	649,9918	651,1009	707,8876	865,9581	1009,943
Central African Rep	478,5029439	477,1223243	419,8026	271,5057	346,1088	304,6313	276,4213	278,3313	280,9088	251,2069	250,357	260,7455	293,6619	320,7375
Chad	304,8747696	296,0393706	222,9233	173,9904	206,2611	221,673	205,8627	224,5539	190,559	165,763	196,9737	220,376	291,9449	453,5218
Congo, Rep.	1124,901114	1178,023799	749,6349	672,1632	781,5236	912,014	810,0775	660,4724	774,7117	1029,577	868,34	912,2782	1026,108	1324,219
Equatorial Guinea	256,2210082	301,1791291	294,0705	210,41	285,5525	450,6381	824,5495	663,7295	1067,635	1725,555	2313,151	2744,208	3618,576	6152,131
Gabon	5537,009721	5578,005173	4252,028	3963,868	4570,592	5116,146	4667,169	3831,781	3888,899	4125,717	3989,557	4121,959	4922,377	5729,297
Gambia, The	695,4095874	695,1560481	711,7255	682,2185	696,4508	728,6691	669,3989	678,6756	637,9316	594,1516	505,4201	411,7725	335,9062	642,7549
Ghana	433,7730651	409,7466254	370,4192	328,7446	379,988	397,1359	384,7962	407,5233	410,3342	258,471	269,015	304,5646	367,8215	417,5082
Guinea	461,3494585	489,071872	475,4218	477,7805	508,1078	518,3742	493,8334	456,491	429,7198	363,4825	336,6301	343,5373	393,7399	410,7612
Liberia	306,8328947	306,8328947	306,8329	306,8329	306,8329	306,8329	306,8329	306,8329	306,8329	306,8329	306,7104	306,4737	243,0893	286,065
Nigeria	502,9141389	477,1776142	270,224	321,3207	408,1811	461,5196	479,9838	469,4306	497,8415	567,9307	590,3818	741,7475	795,3862	1007,874
Sierra Leone	179,361334	156,4032118	177,5976	211,5925	202,3159	218,3666	196,1151	153,4585	150,0063	138,6987	229,3755	252,3962	266,4471	266,5696

Fig 1: GDP capita (current US$) with respect to the countries.

P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC
2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
822,4578	855,294	964,9269	1120,888	1084,394	1036,534	1130,273	1145,141	1251,211	1291,41	1076,798	1087,288	1136,593	1240,829
406,9988	420,5826	475,11	569,7613	552,7456	575,4465	666,8401	673,8216	699,7794	703,8201	575,3145	582,7954	642,4298	715,1229
930,8298	949,1318	1061,154	1235,613	1210,295	1211,93	1207,001	1243,345	1415,469	1559,387	1426,458	1481,652	1557,183	1715,531
436,302	429,6223	493,0705	597,5764	557,1716	557,6321	702,7429	616,4117	634,4824	622,4817	603,1585	661,0077	736,7256	777,9699
488,8281	522,5784	596,6902	690,8824	698,2184	709,582	836,5098	778,6695	805,2597	847,1504	751,1706	779,8749	828,512	899,6599
249,9279	257,8292	292,2197	352,72	339,1436	347,343	374,4829	390,1199	414,3886	427,7372	360,8534	362,1311	375,8695	413,9803
993,932	1040,904	1222,373	1411,929	1317,236	1278,978	1371,723	1330,057	1375,679	1394,795	1218,764	1269,04	1367,219	1521,954
406,401	407,6947	449,1442	544,1475	538,442	534,0444	587,0971	571,8067	621,3989	640,9342	570,9103	597,4711	626,0915	678,9556
1011,88	1062,137	1194,07	1371,747	1314,706	1285,262	1403,256	1354,623	1465,222	1540,568	1326,969	1363,404	1421,587	1533,742
331,1629	354,6714	404,374	464,5614	474,7054	487,9454	551,0281	565,8331	380,1901	423,8841	377,2713	401,9182	449,7864	475,7213
658,305	709,7652	798,548	925,6361	800,4642	891,6988	983,4472	967,4081	979,534	1018,931	775,7075	692,9786	664,3033	728,3432
1680,205	2064,345	2165,746	2956,264	2314,266	2809,695	3282,393	3032,667	3047,065	2992,931	1761,324	1814,063	1702,571	2147,769
10963,29	12857,34	15908,39	22942,58	16667,94	17288,86	21641,87	21711,15	20390,72	19394,03	11283,47	9250,332	9667,912	10144,2
6888,627	7214,915	8447,079	10212,82	7690,052	8840,731	10795,5	9814,039	9680,824	9650,574	7381,747	6979,709	7212,536	7952,526
665,7219	662,3625	780,3801	924,5115	833,2804	860,6379	762,7611	742,7811	700,515	607,4284	660,7236	682,718	679,7773	716,1185
491,9464	911,9987	1078,161	1210,622	1074,755	1298,437	1558,482	1613,287	2378,16	1968,858	1766,006	1931,389	2025,886	2202,312
322,4157	453,4035	659,9927	715,0968	674,0856	672,4244	651,1354	717,0507	769,0039	787,2381	769,256	732,9622	855,5736	878,5996
294,893	336,1157	396,6018	478,3999	470,9476	513,4457	596,8971	657,9363	721,9301	721,1828	710,3839	714,6234	698,7018	677,3222
1268,383	1656,425	1883,461	2242,872	1891,335	2292,445	2520,404	2746,992	2998,073	3222,694	2730,43	2176	1968,56	2028,182
292,3493	323,3892	360,3721	408,4807	391,201	401,835	448,3375	566,3787	716,8353	714,7007	588,2285	501,4157	499,3807	533,9912

Fig 2: GDP per capita (current US$) with respect to countries.[8]

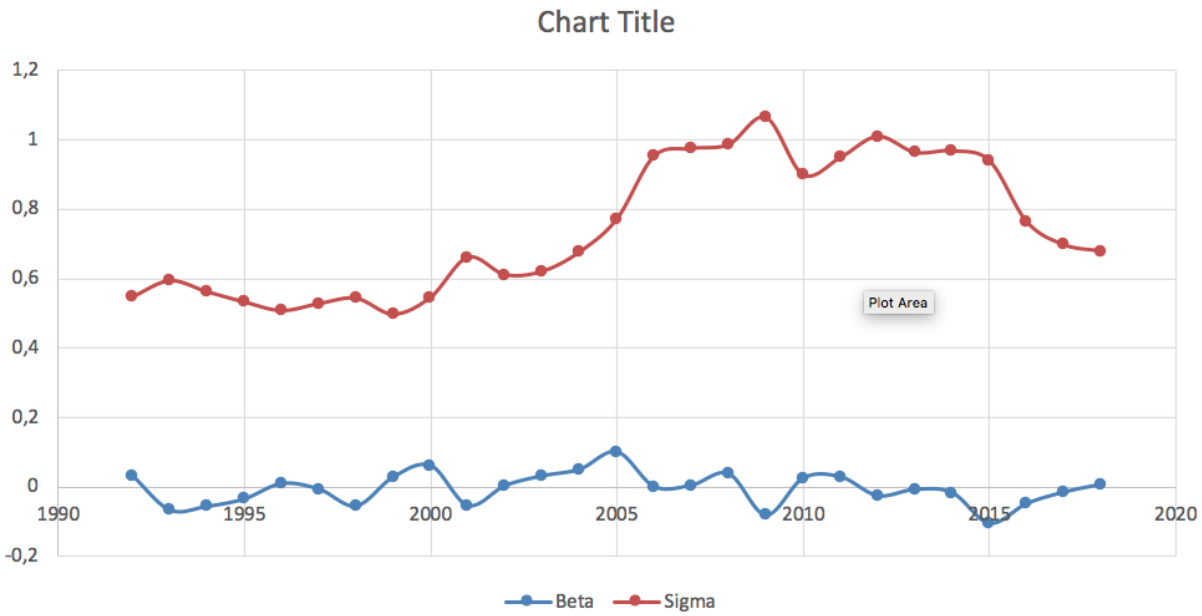


Fig 3: The convergence of beta and sigma.

The target of this article has been to apply various standards significant for the hypothesis of Optimum Currency Area (OCA) to both African CFA Franc zones. True to form, none of them is near satisfying all the necessary conditions.

The outcomes show that no solid homogenous repetitive development can be seen inside the two zones. The way of GDP stays barely connected to the variances of item costs in which every nation is specific. Subsequently, development between the part nations isn't connected in light of the fact that they have diverse flexibly designs and are consequently dependent upon development incitement and development boundaries at various periods.

Also, some Sub-Saharan African nations get a specific measure of yearly guide yet this inflow just incompletely smooths GDP variances over the long run and is no assistance for financial development. The intra-region exchange, however to a great extent thought little of, stays inadequate, especially for oil sending out states that do practically no exchange with their accomplices of the CFA zone. Just the model of work portability has all the earmarks of being satisfied in any event in the casual area by the various nations, mirroring a long convention of dynamic development of populace in Central and particularly Western Africa. To summarize, the pre-necessities for an Optimum Currency Area (OCA) are not met[9].

References

1. Pattichis, C. (2001) Trade, Growth, and Monetary Union, Journal of Post Keynesian Economics, 24:1, pp. 125-147, DOI: 10.1080/01603477.2001.11490318

2. Mundell, R. A. (1961) A Theory of Optimum Currency, Vol. 51, pp. 657-665

3. World Bank (2020) World Bank Database. Available at: https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators#

4. Bayoumi, Tamim (1994), A formal model of Optimum Currency Areas, IMF Staff Papers, Vol.41, 4. https://www.elibrary.imf.org/view/IMF024/14461-9781451930887/14461-9781451930887/14461-9781451930887_A001.xml?language=en&redirect=true

5. Bayoumi, Tamim/Ostry, Jonathan (1997), Macroeconomic shocks and trade flows within sub-Saharan Africa: Implications for Optimum Currency arrangements, Journal of African Economies, 6 (1997) 3:412-444.

6. Tsangarides, C.G., Ewenczyk, P. & Hulej, M., 2006. Stylized Facts on Bilateral Trade and Currency Unions : Implications for Africa. IMF Working Paper, (WP/06/31).

7. Zhao, X. & Kim, Y., 2009. Is the CFA Franc Zone an Optimum Currency Area? World Development, 37(12), pp.1877 – 1886.

8. Sousa, José de & Lochard, J., 2005. Do Currency Barriers Solve the Border Efect Puzzle? Evidence from the CFA Franc Zone. Review of World Economics, 141(3), pp.422 – 441.

9. Kurihara, Y., 2011. Introducing a Common Currency in Central Franc Zone: Is it Appropriate? Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology, 1(6).

TRADE WARS EFFECT ON CHINESE AND UNITED STATE ECONOMY

Balogun John Oladipupo

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

On 13 December 2019, China and the United States (US) announced an initial deal, where new tariffs to be mutually imposed on 15 December 2019, would not be implemented (Guardian 2019). It means that the China–US trade war, which had been looming since January 2018, effectively started on 6 July 2018 (Liu 2018), calmed down between December 2018 and April 2019, escalated on 5 May 2019 when the US President Trump claimed that the previous tariffs of 10%

levied on US$200 billion worth of Chinese goods would be raised to 25%, has now entered a truce (at least temporarily).

Then, how much value of goods has been set extra tariffs from both sides during January 2018 – December 2019 from China's side, as of 15 December 2019, China set tariffs on less than US$110 billion worth of US goods. Specifically, US$34 billion worth of goods were imposed with 25% tariffs since 6 July 2018; US$16 billion worth of goods were imposed with 25% tariffs from 23 August 2018 (part of these tariffs were suspended from 1 January 2019); US$60 billion worth of goods were to be imposed with tariffs from 5% to 25%, which was announced on 3 August 2018, but beginning to be effective from 1 June 2019; some unannounced value of US goods were imposed with tariffs from 5% to 10% from 1 September 2019, but suspended from 15 December 2019. From the US side, US$34 billion of Chinese goods were imposed with 25% tariffs effective from 6 July 2018; US$16 billion of Chinese goods were imposed with 25% tariffs effective from 23 August 2018; and US$200 billion worth of Chinese goods were imposed with 10% tariffs effective from 24 September 2018, and raised to 25% from 10 May 2019. Although there are a few new threats with tariff hike and new tariffs, none of them have been materialized so far (end of 2019). So, the size of US tariffs applied exclusively to China was US$250 billion as of end of 2019

The Spillover Effects

The first-world economy, the United States, and the second economy, China (now first to some), by some metrics are at loggerheads. The trade war between the United States and China is currently in its third year, and its resolution is unclear. President Trump has charged that China engages in unfair trade practices, usually devalues its currency to improve its export position, and forces US firms to transfer proprietary technology to Chinese firms that are labeled by the Chinese government as national champions. Moreover, Chinese regulatory commercial practices within the country favor Chinese firms and allow the Chinese enterprises to steal US technology.

Some numbers convey the story. Most recently, starting in July 2008 and until July 2019, the United States has imposed tariffs estimated at $436 billion on Chinese imports. China, on the other hand, has imposed tariffs on an estimated $160 billion worth of imports, matching the US tariff schedule range of 10 to 25 percent.

The US-China trade war is significant and is likely to result in some economic dislocations to both economies. The United States and China are each other's largest trading partners although Mexico and Canada have recently surpassed China. The US is currently running the largest trade deficit with China, a point that is always mentioned by President Trump. Moreover, the mix of imports and exports is likely to be different. US exports to China are commodity-based, such as soybeans, wood products, oil and gas. Specifically, soybeans are the main products that the United States exports to China, and US farmers are beginning to suffer some of the economic impact related to the restriction of their products to China.

The spillover effect of the US-China trade war is producing a ripple effect throughout the Asian economies, particularly Japan, the Asian Tigers, and India. Furthermore, this is beginning to produce new realignments in trade relations between Japan and its Asian trading partners, such as the Asian Tigers. The overall result is producing some economic benefits for the Japanese economy, and China and Japan are likely to get closer in terms of their trade and direct foreign investment links.

Economic Costs of the Trade War

The trade war caused economic pain on both sides and led to diversion of trade flows away from both China and the United States. As described by Heather Long at the Washington Post, "U.S. economic growth slowed, business investment froze, and companies didn't hire as many people. Across the nation, a lot of farmers went bankrupt, and the manufacturing and freight transportation sectors have hit lows not seen since the last recession. Trump's actions amounted to one of the largest tax increases in years."

A September 2019 study by Moody's Analytics found that the trade war had already cost the U.S. economy nearly 300,000 jobs and an estimated 0.3% of real GDP. Other studies put the cost to U.S. GDP at about 0.7%. A 2019 report from Bloomberg Economics estimated that the trade war would cost the U.S. economy $316 billion by the end of 2020, while more recent research from the Federal Reserve Bank of New York and Columbia University found that U.S. companies lost at least $1.7 trillion in the price of their stocks as a result of U.S. tariffs imposed on imports from China.

China also felt economic pain as a result of the trade war, though apparently not enough to capitulate to the Trump administration's core demands for major structural reform. Indeed, as the trade war dragged on, Beijing lowered its tariffs for its other trading partners as it reduced its reliance on U.S. markets. The final deal that both sides announced on January 15, 2020, largely resembled the offer Beijing had put on the table from the start — increased goods purchases plus commitments on improved intellectual property protection, currency, and forced technology transfer.

US-China Trade War Global Impact

China and the United States signed 'phase one' of their bilateral trade deal to halt an immediate further escalation in tariffs by either country. Phase 1 does nothing to relax the tariffs imposed over the last couple of years to the detriment of global growth.

- By the end of 2019, the US and China had imposed 20 percent import tariffs on more than 60 percent of bilateral merchandise trade turnover, a reduction of global GDP growth in 2019 by an average of 0.5 percentage points.
- While the data below clearly indicates that the United States dug in to the detriment of Chinese exports to the US, Chinese imports from the United States already began recovering in late 2019 compared to 2018 levels.

So, what does the Phase 1 deal promise for 2020? We expect trade uncertainty will continue weighing on global economic growth in 2020 as it has throughout 2019 but that the cost of the US-China trade war itself in terms of the

global economy will be lower. Under the phase one agreement, China will purchase $200 billion worth of agricultural products and other commodities from the United States within the next two years, which is some relief. In exchange, Washington canceled a planned tax increase on Chinese goods, initially scheduled for December 2019, but will continue to enforce inflated tariffs on many Chinese goods.

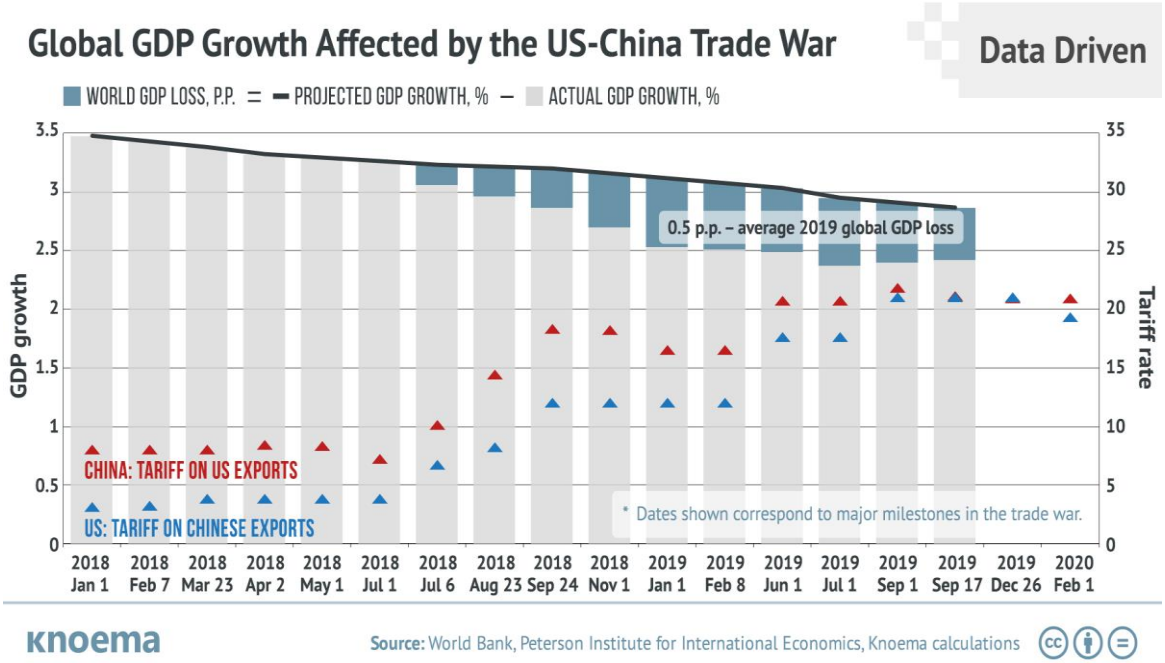


Figure 1. Dynamics of global GDP growth and tariff rate 2018-2010

Source: https://knoema.com/WBGEM2020Mar

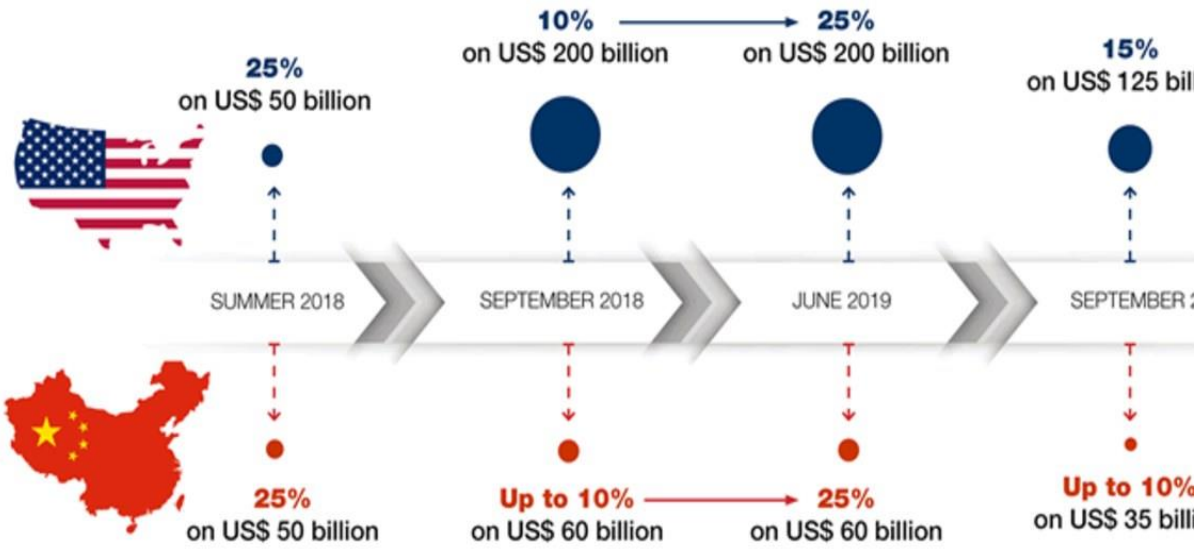


Figure 2. Dynamics of US and China GDP 2018-2020

Source: https://news.un.org/en/story/2019/11/1050661

Conclusion

The China–US trade war, which started in early 2018, edged close to an end in April 2019 then dramatically escalated from May 2019 and reached a truce in December 2019, has attracted extensive attention from academics, policy makers, businesses and investors around the world. While many researches try to examine the cause and possible solutions to this trade conflict, some studies also try to document its effects on the Chinese economy. Unlike previous works which are mainly based on hypothetical scenarios; this study looks at the real effects of the trade war during January 2018–December 2019 on the Chinese economy.

In fact, the effects of the China–US trade war on the Chinese economy are twofold. On the one hand, at the sentimental level (i.e. the trade war's effects on investors' sentiment), the trade war affects trading behaviour and asset allocation strategies in equity markets and foreign exchange markets.

The performance of the China–US bilateral trade can be classified into this category. However, more research can be done in the future. For example, how has the trade war affected China's industry performance? This can be examined by looking at the stock market's performance with supporting evidence from industrial level data.

References

1. Amiti, Mary, Stephen J. Redding, and David Weinstein. 2019. "The Impact of the 2018 Trade War on US Prices and Welfare." National Bureau of Economic Research Working Paper No. 25672. National Bureau of Economic Research, USA.
2. Avdaliani, Emil. 2019. "The Trade War Is Just the Start of a US-China Cold War." BESA Center Perspectives Paper No. 201 (1). URL: https://besacenter.org/wp-content/uploads/2019/06/1201-The-Trade-War-Is-Just-the-Start-of-a-US-China-Cold-War-Avdaliani-final-2.pdf
3. BBC News. 2019. "US and China Edge Closer to 'Epic' Trade Deal, Says Trump." URL: https://www.bbc.com/news/business-47729803

4. Business Insiders. 2018. “China Is Trying to Downplay a Brewing Trade War with the US By Censoring Comments from Trump and US Authorities.” URL:https://www.businessinsider.com.au/china-is-censoring-trump-us-government-because-of-trade-war-2018-7?r=US&IR=T
5. Knoema: informational base. URL: https://knoema.com/infographics/axpybrb/us-china-trade-war-global-impact#:~:text=By%20the%20end%20of%202019,average%20of%200.5%20percentage%20points.

THE IMPORTANCE OF IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING STRATEGY IN THE HOSPITALITY AND TOURISM INDUSTRY

Boukhatem Mohamed
National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

Nowadays, with the evolution and development of internet technology, the rules of marketing have been redefined all over the world. The internet has completely changed how costumers interact with brands. It is transforming the economics of marketing and making obsolete many of the function’s traditional strategies and structures. Digital Marketing today has become the one of the key focus areas for businesses all over the world, not only it is effective but it costs less that other traditional old way of doing business. Digital marketing started as a mode of communication and has evolved not just into another source of additional revenue but most importantly, to develop and maintain long-term relationships with the various parties in the market. Interactivity, the main feature of the Internet, has opened a new dimension of connection between all the participants in the market.

One of the reasons of the success of digital marketing compared to traditional marketing is the fact that it allows businesses to track user behavior in real-time. Every campaign launched digitally can be tracked in terms of its reach, engagement and conversion. This has given a whole new meaning to the marketing

research to understand the needs of the customers like never before. Thus, the need to include digital marketing strategy in the overall marketing strategy of the business shall only contribute to the better achievement of the overall marketing and business goals by enabling brands to gain insights about consumer behavior and better satisfy their needs.

The internet in the hotel & tourism sector and hotel management

One of the key indicators of digital and online marketing development is the obvious growth of the number of internet users. For nearly 25 years public is having access to the internet. Since then it has been a continuing development and innovating process. People are able to do nearly everything with their computers e.g.: shopping, booking, doing researches, communication, etc. [1].

Data in the table 1 shows the enormous increase of internet users since 2005. The development of Internet technologies requires companies to adjust their marketing strategies to ensure their long-term competitiveness

Table 1.

Worldwide Internet users between 2005 and 2019

	2005	**2010**	**2017**	**2019**
Africa	2%	10%	21.8%	28.2%
Americas	36%	49%	65.9%	77.2%
Arab states	8%	26%	43.7%	51.6%
Asia and Pacific	9	23%	43.9%	48.4%
Commonwealth of independent states	10%	34%	67.7%	72.2%
Europe	46%	67%	79.6%	82.5%

Source: The Telecommunication Development Sector (ITU-D) (www.itu.int)

According to a study carried out by Eurostat (2016) the internet is a very important communication channel for the tourism sector, since 4 out of 10 Europeans' search information related to online travel. The same study reveals that about 65% of Europeans, who used the internet in 2015, made purchases online, and 52% of these purchases were related to tourism products and services. [2]

The following figures 1 and 2 give a clear view to the previous mentioned.

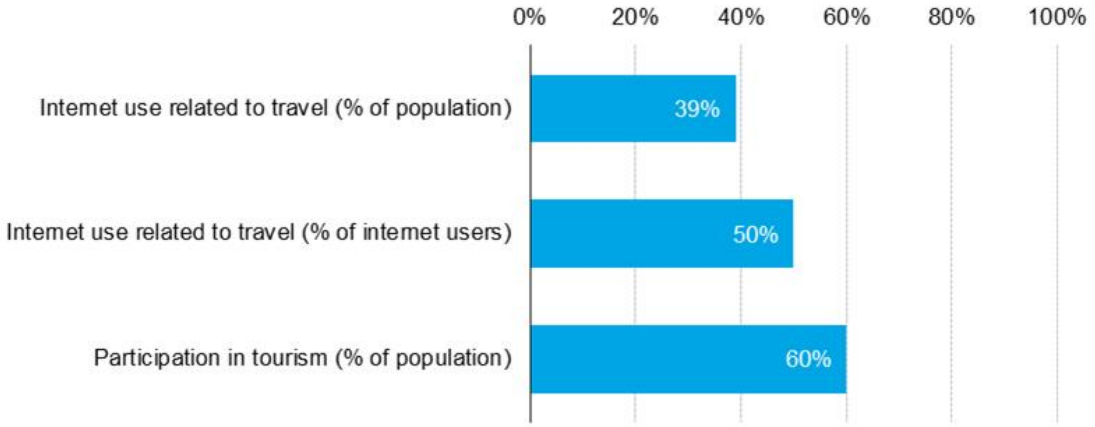


Figure 1. Internet use related to travel (2015); participation in tourism (2014), EU-28.

Source: Statistics on ICT use in tourism (www. ec.europa.eu)

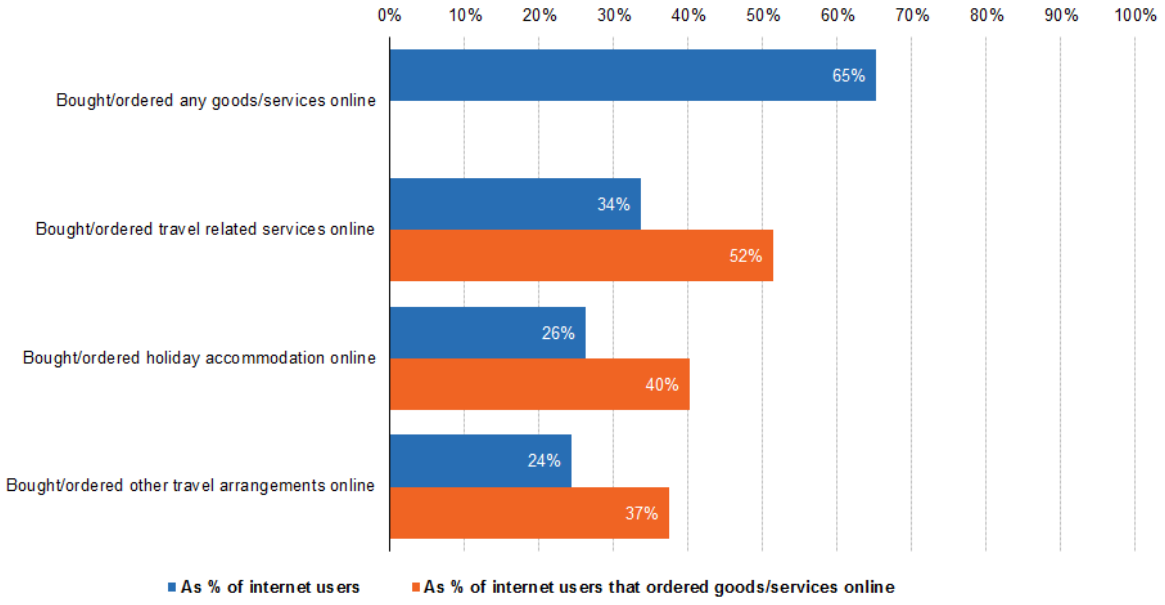


Figure 2. Internet use for buying or ordering travel related services, EU-28, 2015.

Source: Statistics on ICT use in tourism (www. ec.europa.eu)

According to several authors such as Xiang and Gretzel (2010) [3], internet is currently the preferred source of information for tourists when they want to

search a destination. Furthermore, the destination image can be shaped by tourism operators' integrated omnichannel marketing (Zhang et al., 2014) [4]. Moreover, internet allows tourists to actively share tourism-related content, as they can share opinions, photographs and videos with other tourists in many online platforms such as social networks, blogs, among others.

The access and use of internet have been increasing and as a result, the way consumers choose and book hotels has been changing in recent years. Thus, managers should be aware that once a hotel establishment is present on the internet and shares content (location, photographs, prices) it allows anyone to consult them regardless of their location and timing in which performs the search. Whereas the available data concerning the behavior of internet users, hotel managers must face technological development as an opportunity for the tourism and hotel industry. Thus, they should strategically plan, build and update frequently the online presence throughout the purchase process. New online media offer managers a new way to communicate and the opportunity to identify audiences and reach them by sharing specific content. These resources allow a simpler, inexpensive and non-geographically restricted contact between the hotel establishment and its suppliers, partners and guests[5].

Understanding digital marketing and digital marketing strategy

According to a study by Artur Sawicki, Digital marketing can be defined as exploitation of digital technologies, which are used to create channels to reach potential recipients, in order to achieve the enterprise's goals, through more effective fulfillment of the consumer needs. The digital marketing is quite often considered as a synonym of Internet marketing or e-marketing. This is a mistake. Internet, as a medium, is only one of numerous manners of reaching a client.

Digital marketing is a digital identity of a company; through which it presents itself in the virtual world to an enormous number of users. Thanks to a digital technology, a brand can reach each consumer with its products. Digital marketing consists in promotion of products or brands through one of more electronic forms. It should be considered as significant whether a given product or

service may be used in digital marketing. As using digital marketing for specific products or services do not always need to be justified.

Thanks to digital marketing, the companies can send personalized contents to particular recipients. Content personalization is based, among others, on data from the CRM system. Relationships with clients that are managed properly can generate an enormous number of data on their preferences. This information can be reflected in the process of creating a product/service, which will fulfill only selected groups of consumers.

Digital marketing should be considered more broadly than Internet marketing. Digital marketing is located not only on the Internet, but also in electronics, software, etc., which the device/user uses to exchange data. Therefore, digital marketing combines digital and network technologies, thanks to what a man can communicate not only through a mobile network but also TV. Broad reach enables the enterprises to function on numerous electronic platforms.

It may be concluded that digital marketing is a modern concept of marketing, which is well-known in the world of new technologies. Digital marketing enables the persons dealing with these issues to select customers in a more precise manner than previously. Therefore, a product/service can be better adjusted to individual preferences. Digital marketing "makes life easier", when compared to traditional marketing. For the Internet users, websites are no longer just presentations of offers, but they pose a part of their lives, the elements which the persons dealing with marketing use to communicate with a potential client [6].

According to Teresa Piñeiro-Otero and Xabier Martínez-Rolán, the development of digital marketing strategies offers much potential for brands and organizations [7].

Some of them are as follows:

- **Branding**: Platforms and 2.0 services are a great opportunity to build a brand image on the Web due to their scope, presence and constant updates.

- **Completeness**: The possibilities to disseminate information through links offer consumers the chance to approach the organization in a wider and customized way.
- **Usability–functionality**: Web 2.0 offers simple and user-friendly platforms for all in order to improve user experience and allow for their activities.
- **Interactivity**: In the context in which organizations try to forge long-term relationships with their audiences, Internet offers the possibility of having a conversation and therefore of generating a positive experience with the brand. Such interactivity can be basic, as product assessment, or become an all-encompassing experience.
- **Visual communication**: In line with visual thinking, digital marketing offers marketers different image- and video-based tools. This is an attractive way of reaching audiences that can lead to greater engagement.
- **Relevant advertising**: Easy segmentation and customization of advertising in Internet maximize the output. Besides, free from the limitations of other media, this environment has allowed for more attractive advertising.
- **Community connections**: Internet is a unique opportunity to connect organizations with their audiences and users among themselves. This connectivity can improve their experience and enhance the relationship with the product, brand or organization.
- **Virality**: The essence of Internet as a Web of interconnected nodes makes exponential expansion of any content possible. Taking the model of WOM (word of mouth) communication, viral communication becomes more relevant due to connectivity, instantness and shareability of online platforms that enhance the dissemination of content.

- **Measuring output**: Online platforms rank first in the availability of follow-up options and the possibility to assess output. In any case, to make the best of all these possibilities, organizations must ensure that their Internet presence or their presence on their different 2.0 channels follows a strategy with concrete goals, in line with their brand or organizational image. Being on the Web without proper planning can not only mean a lost opportunity in terms of resources and potential, but also it can indeed have a negative impact on the organization, as the audience, their needs and perceptions regarding the organization are unknown.

To make the best of all these possibilities, organizations must ensure that their Internet presence or their presence on their different 2.0 channels follows a strategy with concrete goals, in line with their brand or organizational image. Being on the Web without proper planning can not only mean a lost opportunity in terms of resources and potential, but also it can indeed have a negative impact on the organization, as the audience, their needs and perceptions regarding the organization are unknown.

The development of a digital marketing strategy is similar to a conventional one in its structure, but it also includes some variations at an operational level. In fact, this means not only that some specific strategies and tools are to be developed, but also that the volubility of the digital media and its capacity for immediate measurement force organizations to develop a strategy that can be revised in the short term, as well as the iterative process between action and control.

Figure 3. Digital marketing strategy

Source: MBA, theory and application of business and management, p 49.

Impact of digital marketing strategies on hotels performances

A study was conducted by Patrick De Pelsmacker, Sophie van Tilburg, Christian Holthof, where they investigate to what extent digital marketing strategies (such as having a digital marketing plan, responsiveness to guest reviews, and monitoring and tracking online review information) influence hotel room occupancy and RevPAR directly, and indirectly through the mediating effect of the volume and valence of online reviews they lead to, and to what extent this mechanism is different for different types of hotels in terms of star rating and independent versus chain hotels. According to their results, review volume drives room occupancy and review valence impacts RevPAR.

In their research paper, the authors concluded that Digital marketing strategies and tactics affect both the volume and valence of online reviews and, indirectly, hotel performance

The authors suggested that that hotel management should devote considerable attention to both the number and the valence of reviews about their hotel, and should develop an extensive digital marketing strategy that has a profound impact on these reviews and, directly or indirectly, on hotel performance. The first step in such a digital marketing strategy is to have a digital marketing plan that provides for online hotel presence, tracking and monitoring online reviews, and quick response to customer comments. Indeed, many components of such a plan have a

significant impact on the volume and/or the valence of online reviews, and on hotel performance in terms of room occupancy or RevPAR [8].

Conclusion

Digital marketing offers an enormous amount of possibilities for companies. It is an evolving world which is why constant development of strategies is necessary. It is much easier for customers to find substitutes from competitors on the internet because of the minimal effort a person has to make to get to another website.

We can conclude that internet marketing strategies is becoming more and more important for companies, especially in hospitality and tourism industry, and effort and attention devoted to this area should have the same priority as traditional one (offline marketing strategy), which will make the company more competitive and increase its performance and help reach its goals.

Hotels should focus on developing an internet marketing strategy, in order to stay up to date and use the technological changes to their advantages.

References

1. Schwarzl S., Grabowska M. Online marketing strategies: the future is here // Journal of International Studies. 2015. Vol. 8, № 2. P. 187–196.
2. Archive: Statistics on ICT use in tourism [online] // Eurostat. 2016. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics_on_ICT_use_in_tourism&oldid=420578 (accessed: 14. 11. 2020).
3. Xiang Z., Gretzel U. Role of social media in online travel information search // Tourism Management. 2010. Vol. 31, № 2. P. 179–188.
4. Zhang H. et al. Destination image and tourist loyalty: A meta-analysis // Tourism Management. 2014. vol. 40. p. 213-223.
5. Leite R., Azevedo A. The Role of Digital Marketing: A perspective from Porto Hotels' Managers. [online] // U3isjournal.isvouga.pt. 2017. URL: http://u3isjournal.isvouga.pt/index.php/ijmcnm/article/view/240 (accessed: 25. 11. 2020).
6. Sawicki A. Digital marketing // OECD Economic Surveys: Austria 2016.
7. Piñeiro-Otero T., Martínez-Rolán X. Understanding Digital Marketing—Basics and Actions // Management and Industrial Engineering MBA. 2016. P. 37–74.

8. De Pelsmacker P., van Tilburg S., Holthof C. Digital marketing strategies, online reviews and hotel performance // International Journal of Hospitality Management. 2018. vol. 72. p. 47-55.

STRATEGIC MANAGEMENT IN HONDA

Hana Mark Hany Emil
National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

Strategic Management is all about identification and description of the strategies that managers can carry so as to achieve better performance and a competitive advantage for their organization. An organization is said to have competitive advantage if its profitability is higher than the average profitability for all companies in its industry. Strategic management is a continuous process that evaluates and controls the business and the industries in which an organization is involved, evaluates its competitors and sets goals and strategies to meet all existing and potential competitors.

Honda managers knew how to control the forces that influence the company by reconciling dichotomies, for the rivalry in the world car market Honda used principle right-first-time or build in quality strategy Management to have better production with good quality, cost less and less time for delivery. Also, Honda based her car on newest technology developing process on her product strategy by inventing their engine which were more efficient and less fuel consumption than competitor engines for the supplier power Honda start making here factory in USA which there is strong steel and petrol industry that can supply Honda manufacturers. then Honda reconcile the dichotomy of vertical integration and market relationship which make Honda develop strategy of building a long-term relationship with suppliers and also with substitutes without owning them but helping them if they need it, so they become loyal to Honda. for buyer power Honda made strategy of selling her cars in Europe and USA were the purchasing power is higher and where there is a large car market. Honda build his factory on

Belgium and USA where there is less barriers to entry and also make collaboration British Leyland to introduce the British market.

Honda managers knew how to manage to have better position in the market, western managers choose always between cost, quality and delivery but Japanese managers learn how to mix those criteria and manage dichotomies by developing right-first-time idea originating from just-in-time production system. They start emphasizing how to build in quality the product not to test in quality the product at the end.

Most managers prefer to choose one and therefore lose out on advantages offered by the other. However, Honda's approach is never to accept any trade off's and hence it has avoided the negative aspect of Japanese management style and incorporated some aspect of western culture. As result, it has increased its competitive edge globally avoiding rivalry especially in the home market.

Japanese and Honda's management styles do differ from the American style in at least six distinct aspects. These include differences in the interdepartmental relationships, communication patterns, and supervisory styles, mechanisms for control as well as existence of, or lack of a paternalistic orientation. According to Hofstede (2004), these differences largely stem from the inherent cultural differences between the two countries, which in turn influence the respective corporate cultures.

Most of the companies in Japan do provide lifelong jobs to their employees, with greater emphasis being laid on not age, but also seniority. Promotions are thus much more difficult, just as there is greater job security for the workers. Many organizations effectively hire employees for the, and are interested in the long-term objectives as against America's corporate world's obsession with short term goals. Case in point, Honda's top management, Satoshi Aoki (Chairman), Takanobu Ito, Koichi Kondo and Katsuyoshi Hyogo joined the company in 1968, 1978, 2000 and 1972 respectively, during which time they have risen through the ranks to reach the top management. On the contrary, the western corporate world is characterized by

short term contracts for both managers and workers, charged with meeting short term objectives.

In contrast with the Western model where managers are responsible for decision making and subsequently accountable for the decisions reached. In honda system recognizes the importance of individual expertise, but the performance of the entire team is more emphasized than an individual. In the western corporate world (Germany and American), certain employees have the ‘star’ statuses e.g. in Germany, the engineers play central roles to the success of motor companies. Some elements of convergence exist though. Long apprenticeships and cadres (seniorities in Japan) do exist both in Germany, France as well as the Netherlands. Employees attain positions, promotions etc. through years of internships, apprenticeships or memberships to given classes-attained through education and or experience.

While most western corporations are characterized by top-down decision making, the Japanese style of management is largely characterized by collective decision making by individual teams. Honda’s decision making is characterized by the “Ringi” system, where decisions are passed based on a consensus of all the employees in a department or even the entire organization. This management style is identical to that practiced in Holland, except that the latter is anchored on existing contracts or class differences of among the employees.

As against the largely bureaucratic communication, hierarchical channels characterizing western corporations, which is largely effective and efficient, Honda channels of communication compromise in large part of face-to-face communication. These comprise everything from provision of information regarding assignment of tasks, responsibilities, organizational goals and the development and rechanneling of feedbacks.

While developing its strategies, the business has consistently implemented a rational way based on a critical analysis of the marketplace and the industry environment. This plan hinges on and it fitted to a seasoned industry player such as Honda, since it looks for to build on, and exploit the business's tremendous

experience in the automotive industry. As a strategy, this can be an important lower part up strategy that uses the already gained knowledge to optimize the company's needs. Planning calls for into consideration both the company's resources as well as environmentally friendly factors, as such will likely utilize the company's set objectives within the constraints. Honda's essentially seen as having successfully applied the planning strategy while entering into new market segments notably while launching into the All of us motor cycle industry. Its recent proper alliances with GE as well as its design and launch of innovative services and extension of manufacturing plant life, in the best attainment of huge size economies and intensely law costs represent examples of inner planning.

Rational planning on it is hardly, suitable for many organizations and is in fact removed from your day to day running of your business as compared to learning, which permits management to continually develop and modify their regulations and strategies as they are applied, in the light of new experience (De Wit & Meyer, 2010). Honda's development of hybrid vehicles and energy efficient models e. g. the Honda Civic Sedan, in the wake of Toyota's success in the same field symbolize examples of learning from the surroundings. Honda has as well launched joint ventures in R&D with others. Using both strategies gives the company an advantage, not least because it only allows the formulation of strategies that best meet both the inside resources as well as environmentally friendly factors prevailing in the industry.

While planning its schemes, the company has systematically followed a rational attack based on a critical analysis of the market and the industry environment. This scheme hinges on and it suited for a seasoned industry participant such as Honda, since it seeks to construct on, and exploit the company's huge experience in the automotive industry. As a scheme, this is an of import underside up scheme that uses the already gained cognition to optimize the company's demands. Planning takes into consideration both the company's resources every bit good as the environmental factors, as such will most likely use the company's set aims within the restraints. Honda ‘s mostly seen as holding

successfully employed the planning scheme while come inning into new markets notably while establishing into the US motor rhythm industry. Its recent strategic confederations with GE every bit good as its design and launch of advanced new merchandises and enlargement of fabrication works, in the ultimate attainment of immense graduated table economic systems and highly jurisprudence costs represent illustrations of internal planning.

Honda managers knew how to control the forces that influence the company by reconciling dichotomies, for the rivalry in the world car market Honda used principle right-first-time or build in quality strategy to have better production with good quality, cost less and less time for delivery. Also, Honda based her car on newest technology developing process on her product strategy by inventing the cvcc engine which were more efficient and less fuel consumption than competitor engine. For the supplier power Honda start making here factory in USA which there is strong steel and petrol industry that can supply Honda manufacturers. then Honda reconcile the dichotomy of vertical integration and market relationship which make Honda develop strategy of building a long term relationship with suppliers and also with substitutes without owning them but helping them if they need it, so they become loyal to Honda .for buyer power Honda made strategy of selling her cars in European USA were the purchasing power is higher and where there is a large car market. Honda build his factory on Belgium and USA where there is less barriers to entry and also make collaboration British Leyland to introduce the British market.

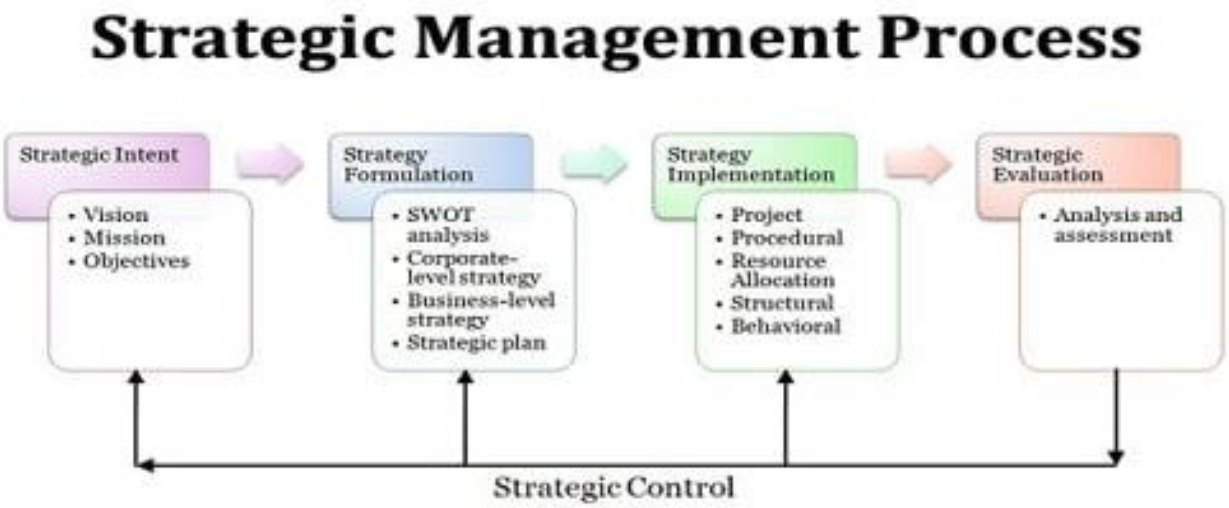


Figure1: Strategic management process

Conclusion

The intention in this section is not promoting any one view of strategy, but rather suggest a number that seem useful. In pursuing the different definitions, it will be helpful to think about the meaning of strategy, to try understand how different people have used the term, and, later to see if certain definitions hold up better in particular context.

Strategic management is a continuous process which is essential in the success of the organization. Organizations are supposed to make sure that they engage in strategic management because organization success and survival depend on strategic management.

During the last 10 years Honda motors still following the same strategy as always, becoming the second Japanese car company on the Japan car market behind Toyota, doing well against the economic crises and quickly solve the problem of brakes caused by Ohio substitute which supply Honda with defected breaks, in 2000 Honda won the EPA award by producing hybrid car Honda insight and Honda power product reach 40 million production level.

Reference:

1. Learn Management Concepts & Skills Rapidly: https://www.managementstudyguide.com/

2. Business insider: https://www.businessinsider.com/
3. Strategic Management of Honda Company- Case Study Example: https://studentshare.org/business/1396918-business-strategy#read_text
4. Strategic Management At Hondahttps://testmyprep.com/subject/commerce/strategic-management-at-honda
5. The Strategic Management At Honda Company Commerce: https://graduateway.com/the-strategic-management-at-honda-company-commerce-essay/
6. Strategic Management Strategy Of Honda: https://www.ipl.org/essay/Strategic-Management-Strategy-Of-Honda-P3WZWNNFC4DR

TRADE WAR: CAUSES AND CONSEQUENCES

Elena Herrera Lima
National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

We have heard about wars in the world such as world and civil wars that have left a mark on own history. Well, there is a different type of war you may have heard a lot recently. Trade War, is the trade war back on? This is a question that we hear a lot often in the radio, television, internet, and newspapers. The weapons in trade war are everywhere it is the food you eat, the train you ride to work, the clothes you wear etc. As a consumer you are probably consuming imports, if we have a trade war and we start slapping tariffs on all those imports, the bill is going to be higher. If the world relies so much on trade, what is trade war and why do countries get caught up in the first place? A trade war occurs when one country retaliates against another by raising import tariffs or placing other restrictions on other country's imports. A trade war is an economic conflict resulting from extreme protectionism in which states raise or create tariffs or other barriers against each other in response to trade barriers created by the other country. Trade wars can commence if one country distinguish that a competitor nation has unfair trading practices, and they are losing money. The trade relationship between the United States and China are getting in a tough way. Over the last decades, United States was one of the most important leaders in the world

market. Besides that, China is firmly gaining a great place in the game of trade and just in a few years has become one of the major trade rivals of the United States. The trade running relationship between United States and China have gotten into the huge turnovers, and their commercial ties expanded significantly. Also, trade wars are often a result of a misunderstanding of the widespread benefits of free trade.

A trade war starts when a nation seeks to protect its domestic industry and create or form new jobs. In the short run, it may work, and they get good results. Tariffs are supposed to give a competitive advantage to domestic producers of that product. Their prices would be lower by comparison. As a result, they would receive more orders from local customers. As their businesses grow, they would add jobs. But in the long run, a trade war costs jobs and less revenue. It depresses economic growth for all countries involved. It also precipitates inflation when tariffs increase the prices of imports.

Trade wars are usually considered a side effect of protectionism. Protectionism means to government actions and policies that restrict international trade. A country will generally undertake protectionist actions with the intent of defending domestic businesses and jobs from foreign competition. Protectionism is also a method used to balance trade deficits. A trade deficit occurs when a country's imports exceed the amounts of its exports. A tariff is a tax or duty imposed on the goods imported into a nation. In a global economy, a trade war can become very damaging to the consumers and businesses of both nations, and the contagion can grow to affect many aspects of both economies.

Some consequences of war trade are:

- Protects domestic companies from unfair competition.
- Increases demand for domestic goods.
- Promotes local job growth.
- Improves trade deficits.
- Punishes nation with unethical trade policies.
- Increases costs and induces inflation.

- Causes marketplace shortages, reduces choice.
- Discourages trade.
- Slows economic growth.
- Hurts diplomatic relations, cultural exchange.

A trade war that starts in one sector can grow to affect other sectors. In addition, a trade war that begins between two countries can affect other countries not initially involved in the trade war, because the prices, tariffs, demands or supplies of products changes in the game of trade to see who will win and get a better position.

A trade war is distinct from other actions taken to control imports and exports, such as sanctions. Instead, the trade war has destructive effects on the trading relationship between two countries because its goals are related specifically to trade. Sanctions, for example, may also have humanitarian goals.

Besides to tariffs, protectionist policies can be implemented by placing a cap on import quotas, setting clear product standards, or implementing government subsidies for processes to discourage outsourcing.

History of Trade Wars

Trade wars did not development in modern society, it is a situation that has been here since the beginning of trade competition between empires. Such battles have been going on for as long as nations have managed trade with one another. For example, colonial powers fought with each other over the right to trade exclusively with overseas colonies in the 17th century.

The British Empire has a long history of such trade battles. An example can be seen in the opium wars of the 19th century with China. The British had been sending Indian-produced opium into China for years when the Chinese emperor decreed it to be illegal. Attempts to settle the conflict failed, and the emperor eventually sent troops to confiscate the drugs. However, the might of the British navy prevailed, and China accepted additional entry of foreign trade into the nation.

In 1930, the U.S. implemented the Smoot-Hawley Tariff Act, raising tariffs to protect American farmers from European agricultural products. This act increased the already strong import duties to almost 40%. In response, several nations retaliated against the U.S. by imposing their own higher tariffs, and global trade declined worldwide. Due to the disastrous trade policies, it had a consequence of the beginning of Great Depression as America entered in the economic depression, President Roosevelt began to pass several acts to reduce trade barriers, including the Reciprocal Trade Agreements Act.

In the beginning of January 2018, President Trump started the imposition of a series of tariffs on everything from steel and aluminum to solar panels and washing machines. These duties impacted goods from the European Union (EU) and Canada, as well as China and Mexico. Canada retaliated by imposing a series of temporary duties on American steel and other products. The EU also imposed tariffs on American agricultural imports and other products including Harley Harvison motorcycles.

Tariffs on Chinese imports impacted nearly $200 billion dollars of imports by May 2019. As with all trade wars, China retaliated and imposed hard duties on American imports. A study by the International Monetary Fund (IMF) shows that the U.S. importers of the goods have primarily shoved the cost of the imposed tariffs on Chinese goods. It is forecasted that these costs will eventually be passed on to the American consumer in the form making the prices of product higher. This would seem to be the exact opposite of what the trade war was intended to accomplish.

The advantages and disadvantages of trade wars, and protectionism in general, are the subjects of passionate and ongoing debate and difference of opinions. Promoters of protectionism argue that well-made policies provide competitive advantages. By blocking or discouraging imports, protective policies throw more business toward the domestic producers, which ultimately creates employment. These policies also serve to overcome a trade deficit. Additionally, promoters believe that painful tariffs and trade wars may also be the only effective

way to deal with a nation that continues to behave unfairly or unethically in its trading policies.

Most critics of protectionism argue that these actions often hurt the people and the economy having a different result and not achieving the goal wanted which was to protect the country's markets by choking off markets and slowing economic growth and cultural exchange. Consumers may begin to have less choice in the marketplace. They may even face shortages if there is no ready domestic substitute for the imported goods that tariffs have impacted or removed. Having to pay more for raw materials hurts manufacturer's profit margins. As a result, trade wars can lead to price increases with manufactured goods, in particular, becoming more expensive provoking inflation in the local economy overall.

While running for President in 2016, President Donald Trump revealed his contempt for many present new trade agreements, promising to bring manufacturing jobs back to the United States from other nations where they have been outsourced, such as China and India to help American people and make more benefits for them. After his election, he initiated on a protectionist campaign. President Trump also threatened to pull the U.S. out of the World Trade Organization (WTO), an impartial, international entity that regulates and arbitrates trade among the 164 countries that belong to it.

In early 2018, President Trump stepped up his efforts, specifically against China, threatening and alleged intellectual property (IP) theft and significant tariffs on $500 billion worth of Chinese products such as steel and soy products. The Chinese retaliated with a 25% tax on over 100 U.S. products.

Throughout the year, the two nations continued to threaten each other, releasing lists of proposed tariffs on various goods. In September, the U.S. implemented 10% tariffs. Although China responded with tariffs of its own, the American duties did have an impact on the Chinese economy, hurting manufacturers and causing a slowdown. In December, each nation agreed to stop imposing any new taxes. The tariff war cease-fire continued into 2019. In the spring, China and the U.S. seemed on the edge of a trade agreement for a while.

However, at the beginning of May, literally less than a week before final negotiations were estimated to begin, Chinese officials took a new different path in negotiations, refusing to make changes in their company-subsidizing laws and insisting on the lifting of the present tariffs. Annoyed by this apparent backtracking, the president doubled down, announcing on May 5th that he was going to increase tariffs from 10% to 25% on $200 billion worth of Chinese imports, as of May 10th. He may have felt encouraged by the fact that the U.S. trade deficit with China had fallen to its lowest level in 2014.

China stopped all imports of farm products by state-owned firms in retaliation. The Asian nation's central bank also weakened the yuan above the seven per dollar reference rate for the first time in over a decade, leading to concerns about a currency war. Perhaps realizing that this was mutually destructive, U.S. and China agreed to a trade deal that was signed on January 15, 2020, but the following COVID-19 pandemic has threatened a further intensification of trade tensions between the two nations.

An extended trade war could be more bad news for the general economy. Businesses may resist from investing in new plants or hiring until a trade deal is in place. Such a pullback could lead to slower job growth and, in turn, affect consumer spending, which is the biggest driver of the U.S. economy.

The trade war caused economic pain on both sides and led to diversion of trade flows away from both China and the United States. Because the trade war has made a lot of consequences for both nations economic growth slowed, business investment froze, and companies did not hire as many people, people is paying more for goods and how the situation would end is unknown.

You as the consumer will feel it, as well when for example you are buying ketchup you usually choose the item that is the least expensive and the best quality based on your taxes and preference if the American ketchup is the cheapest option and is hit by tariffs you end up having to pay more and that might not matter if it is just ketchup but let’s say it starts to be ketchup, toilet paper, orange juice well that adds up and the cost of your grocery bill is likely to increase.

These tariffs and the trade war are impacting by the decisions that businesses make be affected by this, nowadays they are not sure what markets are going to be open to them in the future and that is going to impact their investment decisions, The International Monetary Fund, they expect economic growth to be a lot lower in the future because of the tensions arising during the trade war, the global economy is slowing down, and everybody is increasingly concerned about that.

Over the long-term protectionism decreases competition which allows companies to raise prices without fear of giving up market share to foreign competitors there is also less of an incentive for companies to innovate. So, in conclusion how do you win in this war, it is all about which country has the most grit the sign that can put up with the greatest pain is likely to win which side will be most patient, who is the one with higher moral who thinks is right who thinks they have the legitimacy. It may take a long time and much damage to have a winner or reach the end of this dispute and can provoke worst consequence like a world war.

Perhaps the worst side effect of trade war is that it tears apart relations between allied countries and the biggest fear is that the history could repeat itself and it will not only be just about trades tariffs or goods it may include weapons and deaths. In my opinion the best scenario in this situation is that countries discuss how to stop hurting each other and find a solution where both are winning in the agreements and terms, respect each other ideologies and work together to make economy growth and end the competition of who is the best one, cause in the battle both countries can lose more than win.

References

1. Beatty, A. (27 de November de 2020). The Jararts Post. Obtenido de China's shadow trade war threatrns Australia: https://www.thejakartapost.com/news/2020/11/27/chinas-shadow-trade-war-threatens-australia-.html
2. Harrisson, V. (31 de July de 2019). BBC NEWS. Obtenido de US-China War: We are all paying for this: https://www.bbc.com/news/business-45899310
3. Lau, L. J. (2010). The China-US Trade War and Future Economic Relations. Shan Tin, Hong Kong: The Chinese University of Hong Kong.

4. Pettis, M. C. (2020). Trade war are class war. Michigan: Yale University.
5. Zeng, K. (2004). Trade Threats, Trade wars. Michigan: University of Michigan.

EXPLORE HUAWEI'S DISTINCTIVE SALARY MANAGEMENT AND HUMAN RESOURCE MANAGEMENT SYSTEMS

Li Huan
National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

How does Huawei's unique salary management system work? We believe that Huawei's human resource management has unique characteristics and has achieved great success. The most important thing in the entire system is the new salary management model. So I think that by understanding the advantages and disadvantages of Huawei's unique compensation model, we can analyze the impact of Huawei's unique model on employees and the company.

Huawei’s salary has four important components: salary + bonus + TUP distribution + virtual stock dividend.

Salary

Huawei’s salary management roughly has the following four characteristics: level is determined by position, salary is determined by grade, employee responsibilities are matched with position, and position and salary are changed.

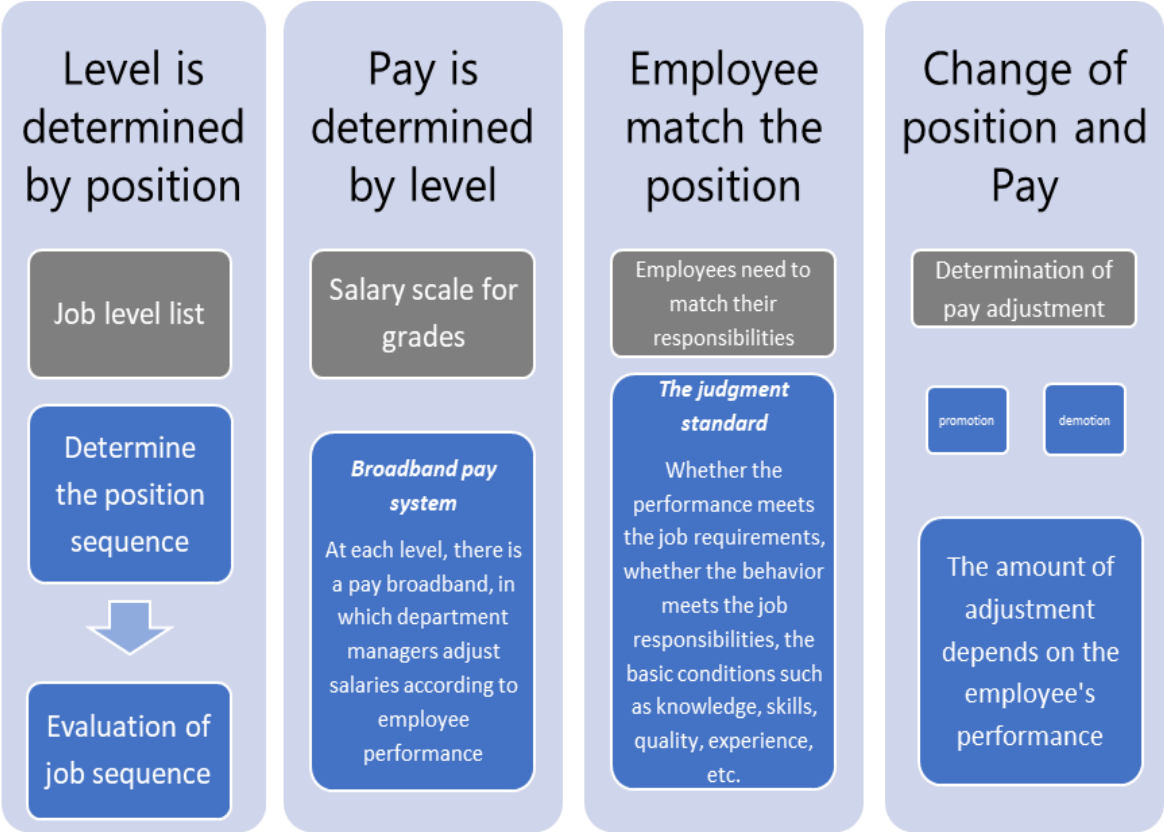


Fig.1 Flow Chart of the Four Elements of Huawei Pay Management

To determine the salary of each level and position, both external competitiveness and internal affordability and fairness must be considered.

Level by position, establish the relationship between position and level

The level is determined by the job grade table: each position will determine a corresponding level, which is the value evaluation of the position's contribution to the company, including the evaluation of organizational performance and the evaluation of the value of the position. Personal assessment of the incumbent Huawei has done two things here.

First: Determine the job sequence for each type of job, such as R&D job sequence, market job sequence, etc. among them, The R&D position sequence includes progressive positions such as assistant engineer, engineer, and senior engineer.

Second: Evaluate the sequence of positions. The focus of the evaluation is on what is the person in charge of the position, what are the resources controlled, what is the output, and the complexity of the customers and environment faced by this position, and refer to the assumption of this position What kind of knowledge,

skills, and experience the people need is mainly described by the job responsibilities and output of the job. After completing these two steps, a corresponding relationship between position and level is established.

Table 1.

Huawei position comparison chart

Level	*Management positions*						*Technical positions*	*Sales position*	*Supporting positions*	*Secretary*
22	Chairman									
21	Senior Vice Chairman						Chief Domain Expert	Chief Marketing Expert		
20	Vice Chairman	General manager A					Senior Chief Engineer	Senior Marketing Manager A		
19		General manager B	Director A				Advanced Chief Engineer	Senior Marketing Manager B		
18		General manager C	Director B	Minister A			Chief Engineer A	Advanced Marketing Manager A	Commissioner -General A	
17			Director C	Minister B/ Country manager A			Chief Engineer B	Advanced Marketing Manager B	Commissioner -General B	
16				Minister C/ Country manager B	Manager A		Advanced Engineer A	Sales Manager A	Advanced Commissioner A	
15					Manager B	TL -A	Advanced Engineer B	Sales Manager B	Advanced Commissioner B	Advanced Secretary A
14						TL -B	Engineer A	Senior Marketing Representative A	Commissioner A	Advanced Secretary B
13							Engineer B	Senior Marketing Representative B	Commissioner B	Intermediate Secretary A
12							Assistant engineer	Marketing Representative	Assistant Commissioner	Intermediate Secretary B
11							Graduates			Junior Secretary A

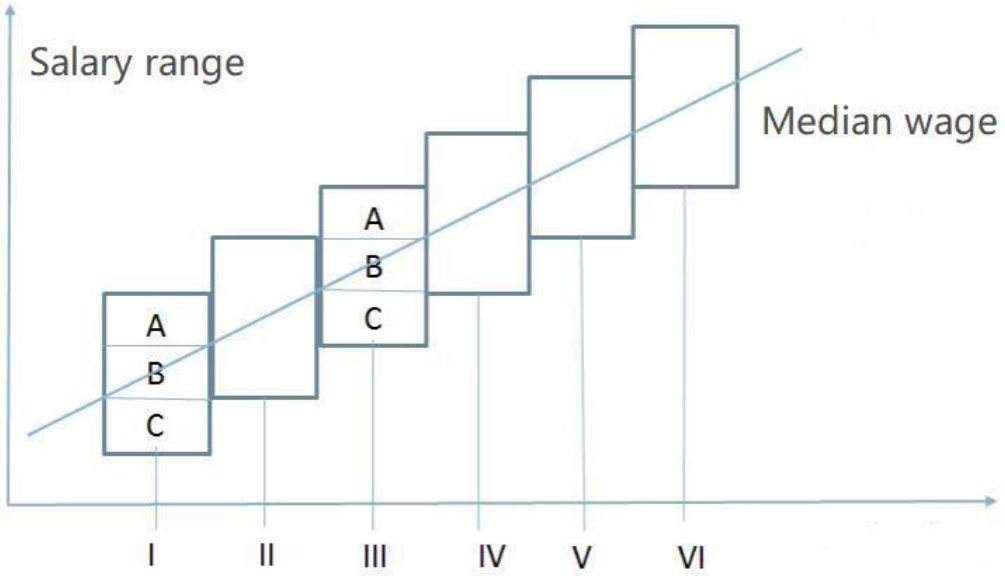


Figure 2 Huawei salary median line chart

Set salary by level and define the salary range

Salary by level is actually a grade salary table. Huawei's salary uses a broadband salary system; for each level, there is a long bandwidth from the lowest to the highest. The managers of each department can adjust their employees' wages in this bandwidth according to their performance. In the same level, according to the performance of the employees, in the company's routine salary review every year, or when the employees are doing very well, they can apply for salary adjustment. Because of the overlap of salary ranges between different levels, Even if employees do not upgrade, as long as they continue to contribute and their performance is good enough, there is room for improvement in wages, even exceeding the lower limit of the previous level of wages. This is conducive to guiding employees to work in a position for a long time and contribute to job stability.

Therefore, setting salary by level is to define how much salary each level can get in the company. Each supervisor can determine the employee's level according to the post classification, and then determine the employee's salary range corresponding to the level. Each enterprise can set up its own position salary management mode. This broadband salary method requires relatively high requirements for the management ability of managers, the grasp of employees, and the grasp of salary.

Person-post matching, matching assessment of person-post responsibilities

The so-called person-post matching refers to the matching between employees and the responsibilities required by their positions to determine the employees' personal level and compliance.

The core of person-post matching is to see whether his performance meets the requirements of the position and whether his behavior meets the requirements of the job responsibilities. In addition, it also includes some basic conditions, such as knowledge, skills, quality, and experience.

If there is a job transfer, generally speaking, person-post matching is certified in accordance with the new job requirements. Certification is often carried out after three months or six months of work in a new position, rather than immediately after transfer. After the match is completed, determine the employee's personal rank and compliance according to the adaptation of the new job requirements, and then decide the corresponding salary adjustment.

Change posts and pay, pay attention to level and performance

How to determine the salary adjustment after the matching of positions and positions is the problem that “Change posts and pay” wants to solve. Change of post and change of salary is aimed at changing positions, one is promotion, the other is demotion.

In the case of promotion, if the employee’s salary has reached or exceeded the minimum value of the salary range of the new level, his salary can be unchanged or increased, depending on his performance; if it has not reached the lower limit of the salary range of the new level, also can enter the range, the specific amount also depends on the performance of the employee.

In the case of demotion, the adjusted salary is determined in the salary range corresponding to the new level according to the performance of the employee. If the salary before the demotion is higher than the salary upper limit of the level after the demotion, it needs to be immediately downgraded to the salary upper limit of the corresponding rank after the demotion or lower.

At Huawei, education background, length of service, and social title are not considered factors of salary. The salary structure is designed based on the concept of "salary determined by level".(Every rank has 3 levels, they are A,B,C)/ Examples are as follows:

Table 2.

Huawei salary and position comparison chart

Level/Rank	*11*	*12*	*13*	*14*	*15*	*16*	*17*	*18*	*19*
C	4100	4700	6100	7600	9600	11600	14100	15800	17500
B	5500	6300	2000	10000	12500	15000	18000	20000	22000
A	7800	8800	11000	13500	16500	19500	22800	30000	32600

The wages of employees have great compatibility between each level, but the median line is obviously increasing. This is why the annual income difference between the 17th level and the 19th level is nearly one million yuan.

"Salary by level" is based on "level by post"

The definition of level and position is originally the content of the qualifications. To facilitate understanding, a brief introduction is made in advance. Through job analysis and job evaluation methods, different types and different levels of positions are compared, so as to establish a standardized, orderly, and complete level system covering all types and levels of positions. This is the prerequisite for job grading. The basis for the horizontal comparison of value distribution in the field.

In Huawei, the level of assistant engineer is 13, the level of engineer B is 14, the level of engineer A is 15, the level of senior engineer B is 16, the level of senior engineer A is 17, the level of chief engineer is 18, the level of technical experts is 19 or higher.

The ranks and treatments of Huawei technical experts are equivalent to those of the third-level department heads. If they are senior technical experts, they can reach the first-level department heads 21A-22B, the third-level department heads are 19B-19A, the second-level department heads are 20A, and the first-level department heads are 19B-19A. The first-level department head is 21B-22B.

Huawei's R&D system position levels are divided into general R&D, PL, PM (PM in four-level departments is the department head), development representative (third-level department head), and director (second-level department head).

The most difficult thing to determine the level of a position is the weighing of horizontal positions. For example, compared with a marketing staff, who is more valuable to the company? Each company has different interpretations and does not have universal reference, so I will not expand it here.

Bonus

Since 2000, Huawei’s bonus package mechanism design has gone through four stages.

The first stage is to balance the short-term and long-term, and pass external market pressure to every employee without dependence. The method adopted is called the virtual profit method.

Huawei's virtual profit is not an EVA implemented by some companies. It consists of three parts:

Virtual profit = total actual wages and bonuses + investment expenses for increased expenditure* (1- income tax rate) + economic value added (EVA)

On the basis of determining the virtual profit, further calculate the total salary bonus:

The total amount of bonuses payable this year = virtual profit*N% (N is the statistical experience value of a company)

The core idea of Huawei's profit law

1. Neither the net profit nor the economic value added can reflect all the distributable value created by the company's management and employees that year, and how it is distributed between labor and capital.
2. Only bonuses are linked to net profit or economic value added. Although bonuses can be floated, wages are still rigid, and market pressure has not passed on.

3. On the basis of economic value added, the total amount of labor awards constitutes a virtual profit, which can reflect all the distributable value created by the company's management and employees that year.
4. On the basis of virtual profit, a long-term contract for the reasonable distribution of labor and capital can be established. Ensure the interests of both parties, fully embody the principle of reciprocity between risks and returns, and maximize the effect of incentives.

Through the above mechanism, build a "community of interests" between the company and employees!

So, why should the incremental investment expenses be converted into net profit? From a financial point of view, the increase in investment expenses will reduce the current net profit, thereby reducing the current virtual profit and labor income, so there may be short-term behaviors of management and employees inflating net profits by reducing investment expenses. Or worry that increasing investment spending will reduce net profit and thus reduce labor income.

However, increasing strategic investment in the market and IT investment is a long-term strategy to enhance the company's core competitiveness. For this reason, converting investment expenses that exceed or fall below the prescribed allocation ratio into net profit can easily create a mechanism: increasing investment for thousands of miles does not reduce virtual profit, and reducing potential investment without increasing virtual profit, that is, encouraging long-term investment.

All in all, the core mechanism of the virtual profit law is to pass the external market to every employee without dependence, and establish a pressure transmission mechanism. The determination of labor income based on virtual profits makes the only way to increase the per capita income of employees is to increase the per capita profit, which has changed the mechanism where labor income was rigid in the past and the risk is entirely borne by capital.

The second stage is called the market system. The orientation of this stage is very clear, which is to achieve rapid scale growth, cover the market, and break the market structure.

During this period, Huawei gradually entered overseas markets, and its international development route gradually became clear. Therefore, in order to achieve rapid growth in scale, Huawei's bonus mechanism has also undergone corresponding changes.

After 2006, Huawei began to implement salary reform: the salary level of each position was determined according to job responsibilities and contribution output. The salary of employees was linked to the contribution of the position, and the position of the employee was adjusted, and the salary package was also changed. Huawei hopes to use this salary reform to encourage employees to continue to work hard in the future international expansion, to encourage those who have the spirit of struggle, have the courage to take responsibility, and are able to charge ahead. On the other hand, it also adjusts those who are slack in work and do not think of progress old employee positions.

If you look back at this system, although it has helped Huawei achieve rapid growth in scale, it has not solved the problem of how bonuses are linked to headcount, so the problem of per capita efficiency still exists.

The third stage is to transform from scale growth to effective growth, and make an effective, high-performance-oriented traction.

In order to achieve this change, Huawei divides the structure of the bonus mechanism into several parts, and links each part to the corresponding evaluation indicators, which means that these corresponding indicators are directly involved in the value distribution, and the value assigned by employees depends on him. In this way, both scale growth and effective growth have been achieved.

For example, in order to increase gross profit per capita, Huawei first divides gross profit into six packages: R&D expense package, market product management expense package, technical support expense package, sales expense package, management support expense package, and company strategic investment expense

package. And to find the "master" of these six packages, let this "master" match the number of people needed below according to the gross profit, and then give him a salary package for each person. How much salary he wants to get, according to his proportion tasks, and finally bonus distribution based on the completion of the tasks.

Although this model is very oriented, it is easy for employees to regard the labor preparation process as the basis for value distribution, and the result is that they only pay attention to the process and not the result.

The fourth stage is to obtain a sharing system-bonuses are not distributed but earned.

In 2011, Huawei conducted in-depth discussions on the drawbacks of virtual restricted shares and saturated shares, and finally proposed the "acquisition and sharing system." The access-sharing system emphasizes that "bonuses come from projects that create value for customers." Organizations at all levels share the bonuses based on the benefits of the project and the direct or indirect contributions made in the value creation process." That is, Bonuses come from value projects created for customers, which require efforts to "acquire", and "sharing" refers to distribution based on contributions in value creation.

In different organizational units, because the business development cycle is different, the strategic demands are different. How to solve this problem? According to different business attributes, Huawei has formulated different value sharing rules for different unit profit centers, including mature areas, growth areas and expansion areas.

For business in mature regions. There are two ways to share: stock sharing and incremental sharing. The share of stock is calculated in accordance with the profit contribution. Incremental sharing is Huawei's main model. Its bonus distribution formula is:

estimated bonus package = last year's bonus package (1+ operating efficiency improvement rate)*

For business in growth areas. The bonus is mainly linked to business growth, but Huawei has introduced a circuit breaker mechanism, that is, when the bonus exceeds twice the budgeted amount, the excess will no longer be calculated.

For the area of business expansion. Huawei will grant a limited period of protection mechanism. For example, if you transfer from a mature area to a newly expanded area, and your salary corresponds to a bonus of 1 million, then within the past two years you have transferred 1 million as a starting point. Of course, you may increase the assessment coefficient a little bit. If the performance exceeds expectations, there will be corresponding rewards for this part.

The acquisition and sharing system reflects Huawei's deep understanding of the value distribution mechanism, and it also allows Huawei's "strugglers" to see new hope, although it also brings a lot of negative effects

Table 3.

Huawei salary and position comparison chart

Year	share price(RMB)	Dividends	Distribution yield	Equity appreciation	Comprehensive rate of return
2010	5.42	2.98	54.98%	-	54.98%
2011	5.42	1.46	26.94%	-	26.94%
2012	5.42	1.41	26.01%	-	26.01%
2013	5.42	1.47	27.12%	-	27.12%
2014	5.66	1.90	33.57%	0.24	37.81%
2015	5.90	1.95	33.05%	0.91	48.47%
2016	6.81	1.53	22.47%	1.03	37.59%
2017	7.86	2.83	36.01%	1.05	49.36%

TUP distribution

TUP (Time-Unit Plan), which can be simply understood as a reward option plan, belongs to the deferred distribution of cash rewards, which is equivalent to pre-granting the right to obtain income, but the income needs to be realized gradually in the next N years (to a certain extent with the performance hook up). TUP is essentially a special bonus that does not need to be paid for when it is awarded, but it is linked to equity to obtain value-added benefits.

Virtual restricted shares have strong corporate characteristics. Due to the lack of a clear definition of property rights, Huawei’s incentive model cannot be in line with international standards. A large number of foreign employees cannot be motivated, which is not conducive to the localization of Huawei’s talents and global Effective mobility, therefore, Huawei has introduced the relatively mature TUP internationally, hoping to solve the problem of incentives for foreign employees.

The reason why TUP was gradually implemented company-wide later was mainly to eliminate the drawbacks of virtual limited shares and return to the acquisition and sharing system that Huawei insists on. In 2013, Huawei used the President’s Office Email No. 240-"Correct Values and Cadre Teams Lead Huawei to Long-Term Success", clarifying the reasons for fully implementing TUP:

Improve the market positioning level of short-term incentives such as wages and bonuses, and enhance the competitiveness of the acquisition and retention of outstanding talents. Enrich long-term incentives (gradually implement TUP throughout the company), eliminate the drawbacks of "getting more money with less work", so that long-term incentives will cover all Huawei employees, and the culture of working together, creating and sharing will be implemented .

Huawei's TUP uses a 5 (N=5) year TUP plan and adopts a "deferred + incremental" allocation plan. Deferred, that is, the right to obtain dividends in stages each year; incremental, that is, the appreciation of equity.

For example, an employee is granted TUP qualification in the first year, rationed to 10,000 units, and the value of the linked virtual stock is 1 yuan per share (the initial income of TUP).

No dividend right in the first year (current year);

In the second year, get 1/3 of the dividend right;

In the third year, get 2/3 of the dividend right;

In the fourth year, get 100% dividend right;

In the fifth year, obtain 100% of the dividend rights and carry out equity appreciation settlement. Cleared at the end of the five-year period.

Then suppose that by the fifth year, the stock price of the linked virtual stock is 1.5 yuan per share. If the equity increases to 5 yuan, the employee's total income of 10,000 TUP units in the fifth year will be 55,000 yuan (15,000 for dividends and 40,000 for equity appreciation returns).

Why does TUP design equity appreciation? This can be observed in conjunction with goal management and performance appraisal. No matter how the goal is defined or how scientific the appraisal indicators are, there will be nothing wrong, and employees will only do their own "inside affairs". The appreciation of equity is based on the improvement of the company's overall value, that is, the company's business is also its own business, and the relevance of interests can better prevent the company from falling into the quagmire of "performanceism".

There is also a subtle relationship here: Since the money allocated by virtual stocks and TUP comes from the profits generated by the company’s operations, the more TUP is distributed, the less profit left for virtual stock dividends, which can be a good hedge against "car users" and The contradiction of the unbalanced income of the "truck", the TUP model creates a lot of space for adjusting the total dividends of virtual stocks.

This system arrangement also solves the problem of leaving and staying for five years. According to the general rule, employees are in the input period within 1 to 2 years of their employment, after which they will gradually have output and contribute to the company. If outstanding employees choose to leave at this point in time, it will undoubtedly be a loss for the company. The enterprise adopts the 5-year TUP model and the "deferred + incremental" distribution plan, which can just hedge this situation. When an employee has worked for 2 to 3 years and the opportunity cost of leaving is too high, he will consider choosing to stay; After 5 years, employees who do not conform to the core values of the company will choose to leave (active or passive); the real "strugglers" are additionally included in the arrangement of equity incentives, allotted considerable virtual restricted stocks, and the problem of long-term retention is enough get a better solution.

Virtual share dividend

Huawei's equity incentives have generally gone through three stages: Employee Stock Ownership (ESPO) was designed in 1990; after the Internet economy bubble burst at the end of 2001, the "virtual restricted stock" reform was initiated; in 2008, the global economic crisis launched a large-scale saturation allotment.

Early Huawei's equity incentives solved two problems: one was to stabilize the entrepreneurial team and motivate employees to work; the other was to reduce the pressure on the company's cash flow. Equity distribution is mainly based on the employee's position, annual performance, qualifications and other factors to determine the number. After the implementation of virtual restricted shares in 2001, the distribution of one yuan per share was no longer issued, and the price was linked to the net assets per share. At the same time, the old employees' original stocks were gradually converted into virtual shares.

The benefits of employees who hold virtual shares are reflected in two points: one is dividends, and the other is the appreciation of virtual shares. So far, about 90,000 people in Huawei hold stocks, and Ren Zhengfei's (the founder and chairman of Huawei) shares are gradually being diluted. The current shareholding ratio is only 1.01%.

Virtual restricted shares, in essence, enjoy the right to dividends of the company, and employees do not hold these shares in the true sense. Once employees leave the company or hit the breach of contract, the company has the right to take back these shares at a pre-agreed price. It can be seen that virtual restricted stocks are almost completely controllable for companies.

The establishment of all incentive mechanisms of an enterprise must be equipped with a pressure transmission mechanism at the same time, otherwise it will be invalid or will eventually become welfare. The mystery of Huawei's equity incentives lies in two aspects. One is the continuous high distribution of shares and dividends. The annual dividend yield is basically above 25%, plus the comprehensive yield after value-added is around 30% , so high Return on

investment is not worthy of fools! However, high allotment of shares requires employees to spend a lot of money. When their own funds are insufficient, they also need to borrow from relatives and friends, or finance from banks and other institutions (banks no longer provide equity pledge financing for non-listed companies since 2012). The debt burden makes employees work hard. jobs. The second is the saturation of allotment. If you don't work hard to get a promotion, you will stay on the top grid line and watch others allotment and dividends.

Conclusion

Huawei's unique salary management system affects employees' salaries from four aspects, namely: salary + bonus + TUP distribution + virtual stock dividend. These unique and novel management models enable employees to earn more tangible economic benefits than other companies, which is conducive to attracting talents. . And this model also makes the longer employees work at Huawei, the greater the salary benefits they get, which helps prevent brain drain. When Huawei spends more investment in human resources, Huawei can gradually control the secret of success in the IT industry: talent. And when one after another high-tech talents are attracted to Huawei because of Huawei's salary, Huawei's talent pool is sufficient to support them to achieve substantial development in the IT industry and ultimately gain a larger market share.

References

1. "The True Story of Ren Zhengfei",78, 80, Zhao fan yu, Yan jun, 2010.
2. "Huawei Time Management Law",Yang wen,Yang yu zhu,2010.
3. "Huawei Performance Management Act",Sun ke liu,78,92,2016.
4. "Ren Zhengfei: "The bird that burns to death is the phoenix",2018.
5. "American Trap", Frederick Pieruzzi, Matthew Allen,2019.
6. Peng Xiangmin. Empirical Research on the Effect Comparison of Equity Incentive Models[J]. Huazhong University of Science and Technology.2017,(6)
7. Shao Bo. Huang Xin. Enterprise encourages mechanism innovation-Research on the Choice of Three Equity Incentive Models., 2015,(4): 27-28
8. Shen Pei. Collection of Frontier Theoretical Studies of China's Capital Market [M]. Social Science Literature Press, 017

9. Shen Xuejun. Analysis and Research on the Main Modes of Implementing Stock Incentives in China[J]. Huazhong University of Science and Technology.2015
10. Shi Jianxun. Chinese entrepreneurs' equity revolution[M]. Machinery Industry Press.2016
11. Tong Jingjun. An Empirical Analysis of the Equity Incentive Effect of Listed Companies in China[J], 2018, (5): 48-51.

SMALL & MEDIUM-SIZED ENTERPRISES' INFLUENCE ON GDP AND VICE VERSA IN POLAND

Mhlanga Jason
National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

Small and medium enterprises play a very crucial role in the economic development of many countries. This is why a vast number of studies and scientific publications have been done on them. Besides cooperating to create Gross Domestic Product (GDP), SMEs also help to diminish unemployment, a key social role. This article will seek to evaluate the relationship of GDP components and the development of SMEs in Poland (1998-2018), by presenting statistical data such as:

-entrepreneurship indicator, which is calculated as the number of SMEs per 1000 inhabitants, to prove the importance of the enterprises in the development of the economy.

-SMEs' involvement in total employment as well as creating added value.

There are two main research streams distinguished by source literature:

One focusing on the influence of SMEs on economic growth and development in a broader context and the other focusing on the influence of the corporate environment on SMEs development. We live in the new age economy where competition drives the economic development of any country, and with ongoing changes in the global world of science, economy and technology, comes the mobilization of growth in terms of companies and entrepreneurship. The know-how on corporate environment influences the growth and operations of enterprises creating an opportunity for success on the markets.

There are many definitions of corporate environment depending on an author's academic approach. For the benefit of this paper the following definition has been taken to account: "corporate environment is a set of different social, political, economic, legal, organizational, technological, cultural and demographic conditions of a national and global character, which have a direct and indirect influence on the actions of the enterprises. On the one hand, they create opportunities for development, on the other, they impose certain restrictions" [1]. The definition here is broad and shows that the development and operations of enterprises depend on many factors (legal, social, economic).

In the analysis of corporate environment many classifications can be distinguished. The most common division is the following:

The Microenvironment- is composed of competitors, partners, clients, suppliers, recipients and national policies.

The Macro environment- is composed of economic, legal, political, social, cultural, technological and international sector.

Elements of macro environment are:

1. Level and growth of GDP
2. Credit and financial policy (interest rates and money supply)
3. Fiscal politics and fiscality level
4. Unemployment rate and labor policies
5. Pace of general price growth
6. Conditions of the money and capital market
7. Competitiveness and innovativeness level
8. R&D level

We use GDP factor as it is the basic criteria for economic level evaluation of a country.

Numerous authors have published their research into the significance of SMEs in their economies, for example Ayyagari, Beck, Demirguc-Kunt[3]. They show the contribution of the SME sector to the employment and GDP per capita of 55 countries worldwide. They analyze factors determining the size of the SME,

including access to bank crediting, the ease of market entry and exit, labor legislation, and support of aid programs (including European Union's assistance). Micro-enterprises are ignored because it is manufacturing enterprises that are examined. They go on to prove the hypothesis that a large sector of small- and medium-sized enterprises arises in a competitive business environment that encourages new, innovative companies to enter the market. Beck et al.[4], also explored the relationships between the nature of small- and medium-sized industrial enterprises and growth of GDP per capita along with changes of income inequalities and relief of poverty. They showed the existence of such a relationship. Beck et al.[4] also showed a dependence among the development of small- and medium-sized enterprises, the economic state of a country, and the counteraction of poverty. They also demonstrated that a substantial share of SMEs is characteristic of well-developed economies but is not entirely the reason for their economic success. Hallberg [5] wrote about the contribution of the SMEs sector to employment and gross GDP growth. He investigated the impact of such factors as ease of entry and exit from the market, labor law, access to credit and state support for the development of SMEs.

In the Czech Republic, SMEs accounted for about 53% of gross value added, one-third of Gross Domestic Product, and employ nearly two-thirds of all employees. This comes from research of a similar nature conducted by Pruša [6]. Some of the authors not only examine the relationship between SMEs and economic growth but also how SME development is affected by the corporate environment. Pietrewicz [10] writes on fiscal policy providing evidence that the reasons for worse development conditions for companies should not be sought inside the fiscal policy but in the other macroeconomic areas. Key reasons being restrictive money and exchange policy. Other authors also examined the relationship between the fiscal instruments and investments of SMEs. They came to the conclusion that the smaller the enterprise, the stronger relationship Woźniak and Lisowski [11].

Despite numerous examinations done by authors in the case of SMEs, there are still gaps to be filled as shown by Otugo et al. [15] who show the development of SMEs, despite expectations, has not led to entrepreneurship development, employment generation, encouragement of rural development, mobilization of local savings and linkages with bigger industries. Quite the opposite is perceived, as rural development remains low, as well as the standard of living accompanied by an increase in unemployment and underemployment. While SMEs are perceived as propellers of the economy in Nigeria, economic growth remains low despite the strong support it has received.

SMEs in the EU and Poland

Small and medium-sized enterprises have a significant contribution to nonfinancial business economy in Poland, generating 52.5 % of value added and 68.4 % of employment. However, their contribution to overall value added is less than the EU average of 56.8 %, while their share of employment is close to the EU average. Micro enterprises are particularly important in terms of employment, providing more than a third of all jobs. The average SME in Poland employs 3.7 people, which is slightly lower than the EU average of 3.9. More than 50 % of SME value added and employment comes from two sectors, wholesale and retail trade and manufacturing. These sectors are important for SMEs as a rule, but they are even more so for Polish SMEs. Refer to Table 1 below:

Table 1. Main indicators of SMEs development in Poland in comparison to the European Union

Class size	Number of enterprises			Number of persons employed			Value added		
	Poland		*EU-28*	Poland		*EU-28*	Poland		*EU-28*
	Number	Share	*Share*	Number	Share	*Share*	Billion €	Share	*Share*
Micro	1 535 595	95.3 %	93.0 %	3 235 347	36.8 %	*29.8 %*	35.3	18.4 %	*20.9 %*
Small	58 203	3.6 %	5.8 %	1 218 976	13.9 %	*20.0 %*	26.5	13.8 %	*17.8 %*
Medium-sized	14 735	0.9 %	0.9 %	1 559 771	17.8 %	*16.7 %*	39.1	20.4 %	*18.2 %*
SMEs	**1 608 533**	**99.8 %**	**99.8 %**	**6 014 094**	**68.4 %**	***66.6 %***	**100.9**	**52.5 %**	***56.8 %***
Large	3 188	0.2 %	0.2 %	2 772 820	31.6 %	*33.4 %*	91.1	47.5 %	*43.2 %*
Total	**1 611 721**	**100.0 %**	**100.0 %**	**8 786 914**	**100.0 %**	***100.0 %***	**192.1**	**100.0 %**	***100.0 %***

We continue with more data as we look at the number of SMEs in selected EU countries per 1000 inhabitants. As we can see in table 2 below, the Czech Republic ranks first, with over 95 SMEs per 1,000 inhabitants followed by Slovakia in second place with more than 81 SMEs, per 1,000 inhabitants. This is much above the EU average, (21 SMEs per 1000 inhabitants). Poland is below the EU average and is ranked 23th. This shows that despite the fact there is some support connected with setting up and running a business yearly, much work has to be put in to reduce barriers to running a business.

Table.2.

The number of SMEs in Poland and other countries of the UE in 2016 [9]

Countries	**Number of enterprises**	**Number of inhabitants**	**Number of enterprises in relation to 1000 inhabitants**	**Rank**
Czech Republic	1016896	10627448	95,68581281	1
Slovakia	445725	5443583	81,88081269	2
Portugal	832220	10813834	76,95882885	3
Greece	793946	10775557	73,68027472	4
Sweden	702010	9723809	72,19495981	5
Slovenia	138699	1988292	69,7578,253	6
Netherlands	1133067	16877351	67,13535791	7
Malta	28987	460297	62,97455773	8
Luxembourg	32125	520672	61,69911192	9
Italy	3716347	61680122	60,25193984	10
Belgium	610796	10449316	58,45320402	11
Cyprus	49947	854 802	58,43107527	12
Spain	2679720	47737941	56,1339669	13
Estonia	70448	1257921	56,00351691	14
Norway	292781	5258000	55,6829593	15
Hungary	550292	9919128	55,47786055	16
Lithuania	192212	3505738	54,82782798	17
Countries	**Number of enterprises**	**Number of inhabitants**	**Number of enterprises in relation to 1000 inhabitants**	**Rank**
Latvia	115278	2165165	53,24213166	18
Ireland	245059	4832765	50,70782461	19
Bulgaria	335379	6924716	48,43216675	20
European Union - 28 countries	**24379469**	**512596403**	**47,56074927**	**21**
France	3054021	66259012	46,09216026	22
Poland	**1691597**	**38346279**	**44,11371961**	**23**
Finland	228027	5268799	43,27874341	24
Austria	322822	8223062	39,2581255	25
Denmark	217897	5569077	39,12623223	26
United Kingdom	2109936	63742977	33,10068182	27
Croatia	147091	4470534	32,90233337	28

Germany	2455924	80996685	30,32129031	29
Romania	463951	21729871	21,35084005	30
Bosnia and Herzegovina	65607	3507000	18,70744226	31
Switzerland	147091	8420000	17,4692399	32

The next indicator of importance when describing the key role of SMEs in the economy, is the number of employees in these enterprises in relation to the total number of employees. The conclusion from the data shown in table 3 below is that, in all EU countries the SME sector plays an important role. Although, the highest-ranking countries are Greece and Cyprus respectively holding 87% and 83% of employees in these entities. Poland is ranked 17th (68%), slightly above the EU average. From 2010-2016, the indicators did not show any changes and remained at the same or similar level in all countries.

Table. 3 Employees in SMEs in relation to the whole employment in years 2010-2016[9]

Country	**2016**	**2015**	**2014**	**2013**	**2012**	**2011**	**2010**	**Rank in 2016**
Austria	69%	69%	69%	68%	68%	68%	68%	16
Belgium	69%	69%	70%	70%	70%	69%	69%	13
Bosnia and Herzegovina	72%	72%	71%	71%	71%	71%	71%	12
Bulgaria	75%	75%	75%	75%	76%	75%	75%	7
Country	**2016**	**2015**	**2014**	**2013**	**2012**	**2011**	**2010**	**Rank in 2016**
Croatia	69%	69%	69%	68%	68%	68%	69%	14
Cyprus	83%	84%	84%	84%	84%	83%	83%	2
Czech Republic	67%	68%	69%	69%	70%	69%	70%	19
Denmark	64%	64%	64%	65%	65%	65%	65%	26
Estonia	79%	78%	78%	78%	78%	78%	79%	3
EU (28 countries)	**67%**	**66%**	**67%**	**67%**	**67%**	**67%**	**67%**	**18**
Finland	66%	66%	65%	64%	63%	63%	63%	23
France	63%	61%	61%	61%	63%	63%	63%	29
Germany	63%	63%	63%	62%	63%	63%	63%	28
Greece	86%	86%	86%	86%	87%	87%	87%	27
Hungary	70%	70%	70%	70%	70%	71%	72%	12
Ireland	63%	63%	63%	63%	63%	63%	63%	28
Italy	79%	79%	79%	80%	80%	80%	80%	4
Latvia	79%	79%	79%	78%	79%	77%	77%	5
Lithuania	76%	76%	75%	76%	76%	76%	75%	6
Luxembourg	67%	68%	69%	69%	68%	68%	68%	20
Malta	78%	80%	78%	79%	79%	79%	78%	6
Netherlands	65%	66%	66%	66%	67%	67%	67%	24
Norway	68%	68%	67%	67%	68%	68%	69%	18
Poland	**68%**	**68%**	**68%**	**69%**	**69%**	**69%**	**68%**	**17**

Romania	65%	65%	66%	67%	66%	66%	66%	25
Slovakia	72%	72%	71%	70%	70%	71%	72%	11
Slovenia	73%	74%	73%	73%	72%	72%	72%	9
Spain	72%	73%	73%	73%	74%	74%	75%	9
Sweden	65%	65%	66%	65%	65%	65%	65%	26
Switzerland	67%	67%	67%	67%	67%	67%	67%	22
United Kingdom	54%	53%	53%	53%	53%	54%	53%	31

Another indicator of the importance of SMEs in the economy is their share in generating value added. Atop the ranking are Malta (79%) and Estonia (76%) in table 4 below. Poland sits below the EU average of 27 countries (51%). From 2010-2016 these indicators did not change and remained at the same or similar level in all countries.

Table 4.

The share of value added contributed by SMEs [9]

Country	**2016**	**2015**	**2014**	**2013**	**2012**	**2011**	**2010**	**Rank in 2016**
Austria	63%	63%	63%	62%	60%	61%	61%	11
Belgium	62%	62%	62%	61%	62%	61%	61%	12
Bosnia and Herzegovina	66%	66%	65%	65%	65%	65%	65%	7
Bulgaria	63%	65%	65%	65%	62%	59%	59%	10
Croatia	61%	58%	58%	55%	55%	55%	55%	16
Cyprus	75%	77%	77%	77%	77%	78%	78%	3
Czech Republic	55%	55%	55%	55%	56%	56%	55%	20
Denmark	61%	61%	61%	61%	62%	62%	62%	14
Estonia	76%	76%	75%	75%	75%	74%	75%	2
EU (28 countries)	**56%**	**56%**	**57%**	**58%**	**58%**	**58%**	**58%**	**19**
Finland	61%	61%	60%	61%	60%	59%	59%	17
France	55%	55%	55%	55%	58%	58%	58%	22
Germany	55%	54%	54%	54%	53%	53%	53%	21
Hungary	54%	53%	54%	54%	54%	54%	54%	24
Ireland	49%	49%	49%	49%	49%	49%	49%	27
Italy	67%	67%	67%	68%	68%	68%	68%	-
Latvia	69%	70%	71%	70%	69%	68%	68%	5
Lithuania	68%	68%	69%	69%	68%	66%	63%	6
Luxembourg	65%	65%	69%	71%	71%	69%	69%	8
Malta	79%	79%	78%	76%	75%	71%	71%	1
Netherlands	62%	62%	63%	62%	63%	63%	63%	13
Norway	70%	70%	70%	59%	59%	71%	72%	4
Poland	**51%**	**51%**	**52%**	**52%**	**50%**	**51%**	**51%**	**26**
Romania	52%	52%	51%	50%	50%	50%	50%	25
Slovakia	55%	53%	55%	59%	61%	63%	61%	23
Slovenia	65%	64%	64%	63%	63%	63%	63%	9
Spain	61%	62%	62%	62%	63%	63%	65%	15
Sweden	60%	60%	60%	60%	58%	59%	57%	18
United Kingdom	48%	51%	52%	53%	51%	51%	50%	28

Methodology

Statistical analysis will be conducted to prove effectivity between GDP and SMEs. We start by calculating correlation which is a measure of the relation between two or more variables. The possible range of values for the correlation coefficient is -1.0 to 1.0. In other words, the values cannot exceed 1.0 or be less than -1.0, and a correlation of -1.0 indicates a perfect negative correlation, and a correlation of 1.0 indicates a perfect positive correlation. We choose Pearson r (linear correlation), as it is the most widely-used type which determines the extent to which values of two variables are proportional to each other [16]. The formula is given as follows:

$$r = \frac{\sum (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x_i - \bar{x})^2 \sum (y_i - \bar{y})^2}}$$

Next, we choose the level of significance which is a main source of information about the reliability of the correlation. The chosen level of significance: $p < 0.05$ as it is the most frequent in economic sciences. For statistically significant results, we did a scatterplot in the following stage which visualizes a correlation between two variables and helps to avoid among others the problem of the outliers (infrequent observations, which have a significant influence on the value of the correlation coefficient). Next, we collect the following data for the years 1996-2016 published by the Polish Agency for Enterprises Development:

a. the number of active companies broken down by the size of the enterprises.

b. the number of employees in the companies broken down by the size of the enterprises

c. the contribution of companies to GDP broken down by the size of the enterprises.

Moreover, we collected the following data about GDP, published by the Central Statistical Office.

a. Gross Domestic Product (in constant prices)

b. the value of private consumption a

c. the value of business investment

d. the value of government spending

e. the value of export – although net export is the last component of GDP, we decided to choose only export as this indicator should be more important for development of SMEs.

Table 5.

The significant correlations between number of SMEs & GDP (Poland 1996 – 2016) [8]

Variable	Number of micro and small-sized enterprises	Number of medium sized enterprises	Number of all SMEs
GDP	0,686859	0,834184	0,690047
Private consumption	0,689973	0,853734	0,693311
Government spending	0,647914	0,857729	0,651546
Business investment	0,708128	0,855526	0,711397
Export	0,688627	0,807480	0,691562

Table 5 above shows the significant correlations between GDP and the number of SMEs. All coefficients are positive. Although with micro and small-sized enterprises, the ranges are from about 0.65 in government spending, to 0.7 in business investment, which means strong relationships, according to Wach [14]. Similar results are seen in the number of all SMEs; however, coefficients are slightly higher. We see a very strong relationship between GDP, its components and the number of medium-sized enterprises. Due the fact that the correlation coefficient ranges from approximately 0.8 in export to 0.85 in business investment and government spending. Hence observation of a positive relationship between both GDP, all components and the number of SMEs. Although noting that it is stronger in case of medium-sized enterprises than micro and small-sized companies.

Table 6.

The significant correlations between number of employees in SMEs & GDP (Poland 1996 – 2016) [8]

Variable	Employees in micro and small-sized enterprises	Employees in medium sized enterprises	Employees in all SMEs
GDP	0,528109	0,754243	0,673404
Private consumption	0,518723	0,776248	0,677520
Government spending	0,492444	0,766844	0,656787
Business investment	0,645154	0,789368	0,762675
Export	0,521934	0,725934	0,656677

Table 6 shows a similar scenario. In case of micro and small-sized enterprises the correlation coefficient ranges from about 0.5 -in government spending, to 0.64 -in business investment. The relationship can be seen as strong. The numbers are higher for all SMEs but are <0.7, except for business investment which is around 0.76. However, the relationships between GDP, its components and the number of employees in medium-sized companies are very strong with correlation coefficients ranging from 0.72 (export) to almost 0.79 (business investment). We can say there is a positive relationship between GDP and the number of employees in SMEs. The correlations coefficients are lower than in case of the number of SMEs.

Table 7.

The significant correlations between the contribution to GDP of SMEs & GDP (Poland 1996–2016) [8]

Variable	Contribution of micro and small-sized enterprises	Contribution of medium sized enterprises	Contribution of all SMEs
GDP	0,319048	0,635386	0,611204
Private consumption	0,361493	0,589052	0,635804
Government spending	0,298679	0,573197	0,562811
Business investment	0,307601	0,657021	0,608531
Export	0,291176	0,660023	0,592542

Table 7 shows a different scenario in the last relationship. The significant correlation coefficients are for the contribution to GDP of all SMEs and medium-sized companies. They do not apply to micro and small-sized enterprises. In the first group they range from approximately 0.56 in government spending, to 0.63 in

private consumption. The correlation coefficients for medium-sized companies are slightly higher, however, the maximum is for export at 0.66. we can say that there is positive relationship between GDP, its components and the contribution of all SME and medium-sized enterprises. Which is, we can say the relationship is strong.

After the literature review one can state that the relationship between Gross Domestic Product and development of SMEs is of great importance as there are clear influences between them.

What we take from the statical data review presented in the tables is that the position of Poland against the background of other countries of the EU is as such:

Two of the three indicators analyzed are below the EU average. In the number of enterprises per 1000 inhabitants Poland sits in 23rd place, and in the share of the SMEs sector in generating value added, Poland sits at a very low rank of 27th. In relation to the number of employees employed in the SMEs sector Poland ranks 17th place (one rank above the EU average).

We also see a generally positive relationship all round in the last three tables, cementing the important influence between small and medium-sized enterprises and gross domestic product have on one another.

References

1. Anyanwu A. (2001). Small and medium enterprises (SMES) In Nigeria: Problems and prospects.
2. Matejun, M., & Woźniak, M. (2020). Strategic determinants of the support absorption process in the SMEs sector companies. Journal of Economics & Management, 41 (3), 5-24.
3. Ayyagari M. Beck T. and Demirguc-Kunt A. (2007) Small and Medium Enterprises Across the Globe. Small Business Economics.
4. Beck T., Demirguc-Kunt A. and Levine R. (2005). SMEs. Growth. and Poverty: Cross-Country Evidence. Journal of Economic Growth, 10(3), 199–229.
5. Hallberg K. (2001) A Market-Oriented Strategy for Small and Medium-Scale Enterprises, IFC Discussion Paper no 48.
6. Pruša J. (2010). Productivity of Czech Small and Medium Enterprises: Lagging Behind Their Potential, Journal of Industry Competition and Trade, 10(3), 341–363.

7. European Union: https://ec.europa.eu/comission/index_en
8. Polish statistics: https://stat.gov.pl/
9. European Union: https://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/data/main-tables
10. Pietrewicz M. (2002). Macroeconomic conditions for the development of entrepreneurship in Poland, [in:] Financial instruments stimulating economic activity in Poland, J. Ostaszewski (ed.), Warsaw School of Economics, Warsaw.
11. Woźniak, M., & Lisowski, R. (2017). Relationship between fiscal instruments and investments of industrial SMEs and LEs in Poland. Managerial Economics, 17(2), 261.
12. OECD: http://www.oecd.org/cfe/smes/
13. European Commission (2017) SBA Fact Sheet.
14. Wach K., Regional environment of small and medium-sized enterprises, Wyd. UEK, Krakow 2008.
15. Esther, O. N., David, E. T., and Scholastica, E. U. (2018). Effect of Small and Medium Enterprises on Economic Growth in Nigeria. Sumerianz Journal of Business Management and Marketing, 1(2), 73–78
16. Encyclopedia of Public Health: https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007%2F978-1-4020-5614-7_256
17. Schiffer M, Weder B (2001) Firm size and the business environment: Worldwide survey results. Discussion paper 43, World Bank/International Finance Corporation. ISBN: 0-8213-5003-X.

REGIONAL ECONOMIC INTERGRATION PROCESSES: CHALLENGES AND ADVANTAGES

Nyanda Precious
National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

Regionalism can be generally understood as the process by which a group of states define rules of interaction that set them apart from other countries. In the history of modern regionalism, the experiences of Europe and North America stand out each in their own way but as well there are other integrations from Asia and Africa as well.

Integration is the act of combining or adding parts to make a unified whole. Union is an organization of workers who have come together to achieve many common goals, such as protecting the integrity of their trade, improving safety standards, and attaining better wages, benefits (such as vacation, health care, and retirement), and working conditions through the increased bargaining power wielded by the creation of a monopoly of the workers.

Economic integration is an arrangement among nations that typically includes the reduction or elimination of trade barriers and the coordination of monetary and fiscal policies [5].

There are a number of reasons as to why countries decide to form regional integrations.

Firstly, there are the trade benefits. Forming economic regions help when it comes to the exchanging of goods between countries. Usually any tariffs, import and export duties as well as trade barriers are removed between the countries that are in that particular trade bloc. Therefore the exchanging and movement of goods between those countries is easier and this brings an advantage to any member in the trade bloc.

Secondly there is employment. The employment opportunities tend to improve because trade liberalization leads to market expansion, technology sharing and cross border investment. Therefore there is also a sharing of human capital as people freely migrate between the countries in most cases for education and as well as working.

Thirdly there is political cooperation. This greatly improves as there are stronger economic ties between the countries and this gives them strong incentives to solve and fix the conflicts peacefully. They also seem to side with each other when in comes to global stages as they have the same agreed interests and therefore having allies and that in turn leads to a greater overall stability. [5]

When regions are being formulated there are different criteria that are used to select members.

One of the criteria that are usually used is the members have to have the same goals. The membering countries need to have common plans that they want to achieve which can range from financial stability to political stability or just the same interests they want for their nations that they feel they can all contribute and help each other reach those goals.

Another criterion that is used the level of development. It makes sense for countries that are at the same level to form integration as they can benefit from each other and build each other. Higher developed countries usually defer or refrain from having trade blocs with lower or low developed countries as they feel like they are the only ones who will not be gaining from it.

Another criterion is geographical location. Most regional blocs are consisted of countries that are bordering or surrounding each other. This is usually because in most cases they have similar languages therefore communication is easier. Also all the countries in the region have a common interest in strengthening the position of their region or area or continent.

Another criterion is resources. Resources play an important role in today's economy. The more resources you have and efficiently use so you can have them for a long period of time, the stronger the country will be able to compete on the global markets. Some countries decide to form a trade bloc because they feel they can benefit from each other's resources as one country may have a commodity or resource the other doesn't have. [2]

There are challenges that these regional integrations face.

Firstly there are philosophical challenges. Regionalism faces the classic dilemma of a diverse and democratic society, how to realize the common good while safeguarding individual freedoms. Especially in nations committed to and benefiting from diversity and self-determination, working toward common regional goals—even identifying them is a challenge. Residential developers, homeless single mothers, union members, post-college job seekers, corporate CEOs, city taxpayers, farmers and other regional interest groups neither experience

similarly nor agree on the importance of regional problems and proposed solutions. Tradeoffs between regional and local goals and values are inevitable.

Secondly there are political challenges. Regionalism is infused with politics. Doing something regionally means not doing it locally or nationally, a circumstance that creates winners and losers and, thereby, conflict. A region typically lacks constituents more loyal to it than to their localities or other communities of interest and even among regionalists there is disagreement over core values and strategies of regional action. Proponents differ, for example, over the relative importance of regional purposes, such as a stronger economy or greater equity, and they also part ways over whether incremental steps or bold actions make more sense when pursuing regional outcomes.

Thirdly there is governance challenge. Even if a region does manage to determine common ground and align on political approaches, most regions in the world lack a polity which is a multipurpose entity authorized and empowered to act on behalf of the metropolitan public good. Unlike the counties, cities and towns that comprise them, regions have no chief executive, no legislature, no constitution, no by-laws, no public hearings, no place for the buck to stop. Thus, regions must typically identify issues, set a vision, seize opportunities, thwart crises, deliver services, broker conflicts, and establish and achieve goals without any formal structure or authority for doing so.

Fourthly there is the empirical challenges. High hopes and bold claims notwithstanding, we don’t know very much about the impacts of regionalism, and what we do know offers mixed reviews. Societies are understandably cautious about abandoning the status quo for the unproven or insufficient benefits of a new regionalist order. Until the impacts of regionalism are better known, the appropriate regional path will remain uncertain. [6]]

All these advantages and disadvantages are seen as well in the European Union which is one of the, if not the biggest trade bloc.

The European Union is a political and economic union of 27 member states that are located primarily in Europe. Its members have a combined area of

4,233,255.3 km squared and an estimated total population of about 447 million.[3] The EU has developed an internal single market through a standardized system of laws that apply in all member states in those matters and only those matters where members have agreed to act as one. European Union's policies aim to ensure the free movement of people, goods, services and capital within the internal market enact legislation in justice and home affairs; and maintain common policies on trade, agriculture, fisheries and regional development. Passport controls have been abolished for travel within the Schengen Area.[7] A monetary union was established in 1999, coming into full force in 2002, and is composed of 19 EU member states which use the euro currency. The EU and European citizenship were established when the Maastricht Treaty came into force in 1993. The EU has remained strong with its economic performance [4]. Figure 1 below shows the annual growth of GDP of the EU over the past 20 plus years.

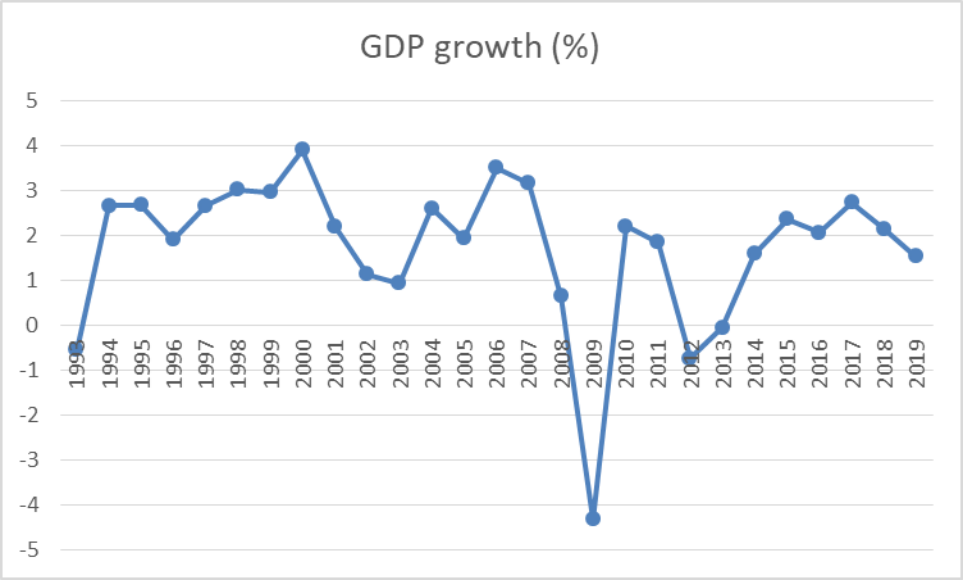


Figure 1. European Union Annual GDP Growth

We can see from figure 1 the trend of annual gdp growth of the European Union over the past twenty plus years. The past 3 years have seen a steady decrease in the gdp growth which may show the strength of the trade bloc as the more developed it becomes the less growth it will achieve.

Figure 2 below shows the GNI per capita of the European union.[1]

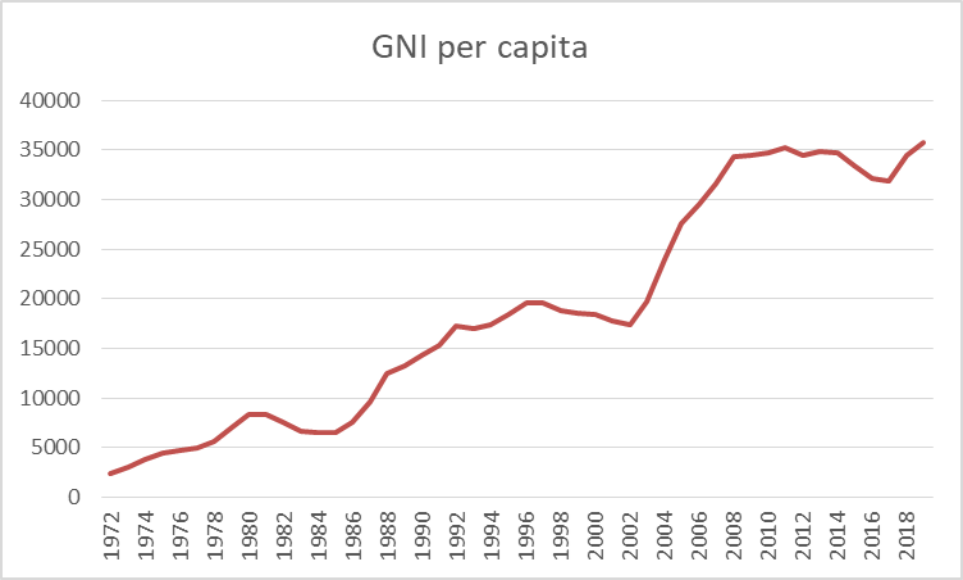


Figure 2. European Union GNI per capita

Figure 2 is showing the trends of GNI per capita for the European Union over the past 20 plus years. [2]

In conclusion regional economic intergration processes have their advantages and downfalls. Some of the advantages are employment, trade benefits and political stability. Some of the challenges faced by intergrated regions are political, governance, philosophical and empirical challenges. The criteria that is used to determine members when forming regional intergration are level of development, geographical location and resources.

Refenences

1. WTO: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm
2. Worldbank: https://databank.worldbank.org/home.aspx
3. Knoema statistics : https://knoema.com/atlas/groups
4. European Union: https://europa.eu/european-union/about-eu_en
5. Cornett, Andreas. (1999). Regional Integration and regional development? - Concepts and empirical relevance.
6. De Melo, J, Tsikata, Y. (2014). Regional integration in Africa: Challenges and prospects. UN University-WIDER, Working Paper 2014/037. Helsinki: UN University-WIDER
7. Cameron, F. (2010). The European Union as a model for regional integration. New York: Council on Foreign Relations.

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE BANKING SYSTEM EFFICIENCY IN MOROCCO AND THE RUSSIAN FEDERATION

Otman Samira
National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

Abstract

The banking system of the country is one of the main components of the economic body, it forms huge amounts of capital, serves the investment and production needs of enterprises, as well as the needs of the population in additional financial resources.

Another very important aspect of the advantages of the banking system is the implementation of the main functions of the financial system by:

- ensuring the stability of the monetary unit.
- ensuring the movement of financial resources in time, across the border of states and between separate regions;
- development and provision of risk management methods;
- providing a mechanism for pooling financial resources and their distribution between individual business entities;
- ensuring the smooth operation of payment systems (in particular, by improving the methods of clearing and implementing settlements that facilitate trade);

Study the level of efficiency of the banking system is important because can help to identify the performance of measured units and if there is some way for the eventual improvement. These measurements may provide valuable information to market regulators and also bank managers for their decision making.

Therefore, we can assess both the efficiency of the functioning of the banking system of a particular country and compare the banking systems of different countries in terms of their efficiency.

The banking systems of different countries have common features and differences. So what criteria can be used to compare the banking systems of

different countries, especially if these countries differ from each other in terms of the level of economic development and the scale of the economy like Russia and Morocco?

In Russian, as elsewhere, banking is the principal financial sector, the banking system of Russia is two-tier. The first level is the central bank; the second level is commercial banks. There are 372 operating banks in Russia and 40 non-bank credit organizations as of November 1, 2020. Banks' assets to GDP ratio in Russia is about 90%. More than half of the assets of credit institutions are loans, of which 2/3 are corporate, and 1/3 are retail. Liabilities are dominated by funds from customers - companies and individuals. The total assets of the banking sector in June 2020 amounted to 95 trillion rubles [1].

On other hand The Moroccan banking sector consists of two levels the first level is the central bank (Bank Al Maghreb is one of the most useful institutions in the sector its responsible of the most important financial decision in the kingdom And the second level of Moroccan banking system includes banking establishments with total banks assets amounted to 133.68 million U.S. dollars in 2019 and. There were 86 credit institutions in Morocco: 24 banks (incl. 5 Islamic banks), 28 finance companies, 6 offshore banks, and 13 microcredit associations, 13 money-transfer companies, the Deposit and management fund and the Central Guarantee Fund. . The banking system’s shareholding structure is dominated by private Moroccan shareholders represented 65.1% of total assets, mainly holdings, insurance companies and mutual societies. In second place are foreign investors represented 16.3 of total assets which control seven banks and seven finance companies. The number of financial institutions majority held by the state is stable 18.6% of total assets, with 5 banks and 4 finance companies. And Banks' assets to GDP ratio Moroccan banks achieved bank assets to GDP ratio of 84.10 %in 2018 [2].

In this research paper, we will compare the banking systems of the Russian Federation and Morocco in terms of their efficiency. We cannot compare the banking systems of these countries directly, for example, in terms of the number of

banks or the volume of their assets, since these countries differ significantly from each other in terms of both the level of economic development and the scale of the economy.

We will use generally accepted relative indicators to solve this issue.

We can compare the banking systems of the Russian Federation and Morocco by the following parameters: [3]

1. Banking system access
2. Banking system stability
3. Banking system efficiency
4. Banking system depth.

But now, we will take a closer look at the comparison of the banking systems of the two countries in terms of efficiency. What does the concept of banking system efficiency mean and how can it be measured?

Data and methods

Banking sector efficiency

Efficiency as a performance measurement was first initiated in Edgeworth, (1881) and Pareto, (1927) works, and was first empirically implemented in Shephard's (1953) book. Efficiency can be defined as the ability to generate the highest amount of output out of the lowest amount of input. A bank is efficient if it has the ability to generate the Maximum of revenues by using its resources efficiently. Banks' efficiency in this study is measured using the efficiency indicators to compare between Moroccan and Russian banking sector [5].

The efficiency can be assessed using the following indicators:

- Overhead cost
- Lending-deposit interest rate spread
- Return on equity
- Return on asset
- Non-interest income to total income
- Net interest margin

- Bank cost to income ratio [6]

Table 1 provides information on the of banking system efficiency indicators of the banking systems of Russia and Morocco in 2015-2017.

Table 1.

Performance indicators of banking systems efficiency of the Russian Federation and Morocco

Indicators	**Russian Federation**			**Morocco**			**The average, %**		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Bank overhead costs, percent of total assets, in percent	1.92	3.35	4.35	1.53	1.82	2.74	3.84 based on 179 countries	3.25 based on 182 countries	3.5 based on 181 countries
Bank lending-deposit interest rate spread, interest rate points	6.52	5.63	4.72	no data	no data	no data	7.11 based on 118 countries	7.64 based on 109 countries	7.35 based on 104 countries
Bank return on assets, in percent	0.22	0.6	0.97	1.14	1.64	1.77	1.78 based on 179 countries	1.44 based on 182 countries	1.77 based on 181 countries
Return on equity ,in percent	0.11	8.59	15.78	11.68	16.56	17.93	13.89 based on 179 countries	14.18 Based on 182 Countries	15.91 based on 181 countries
Non-interest income to total income	6.79	35.37	35.91	38.32	44.27	33.55	41.32 Based on 183 countries	39.99 Based on 181 countries	38.84 Based on 181 countries
Net interest margin	1.45	4.11	6.15	2.24	2.5	3.82	4.13 Based on179 Countries	4.25 Based on 181 countries	4.87 Based on 180 countries

Bank cost to income ratio	57.41	59.3	52.27	45.12	43.29	52.07	56.69 based on 183countries	56.28 based on 181 countries	57.08 based on 181countries

Source: compiled by the author based on Bankscope

RESULTS AND DISCUSSIONS

OHDCTA (overhead costs to total assets) is used as an indicator of operations and measure of Efficiency. Higher levels of OHDCTA indicate lower levels of banking efficiency, given that Banks incur higher costs and there exists a higher wedge between lending and deposit interest Rates. [7]

Table 1 indicates Russian banks recorded lower average OHDCTA with 1.92%,

Compared with the annual average OHDCTA recorded in the 181 countries, but subsequently increased to4.35 % in 2017.thus the efficiency of Russian banks according to the OHDCTA during 2016-2017 was LOW and in 2015 was high.

In Morocco, the table indicates an increase in OHDCTA from 1.53%to2. 73%during 2015-2017 but it was low compared with the annual average OHDCTA recorded in the other countries so OHDCTA shows Moroccan banks improved or performing better in the period 2015-2017.

Return on assets Return on Asset (ROA) is a financial ratio that shows the financial performance of a bank. The return on assets (ROA) is the net income for the year divided by total assets, usually the average value over the year. This ratio measures the ability of the bank management to generate income by utilizing company assets at their disposal. In other words, it shows how efficiently the resources of the company are used to generate the income. [8]

It can be seen in the table the period 2011-2017 the annual rate of return on assets (ROA), The Russian banks, there was a recorded an increase with a maximum of 0.97 ROA in 2017 and a decreased with a minimum of 0.22 ROA compared with the annual average of 197 countries in 2015.

In Morocco, the average return on assets in the period 2015-2017 annual average was1.64 much higher in 2016 compared with the annual average1.44

based on182 countries and remained on the same annual average of 181 countries in 2017 thus Moroccan banks have higher ROA than Russian banks.

Return on equity Measure of profitability and efficiency is a hotly debated topic among banks and regulators. RoE is typically defined as net income divided by the book value of equity. Therefore, a bank's RoE can be changed in two ways: through a change in net income or by operating with more or less equity.

Based on the data in Table 1; during 2015-2017 the ROE of Russian recorded an increased from 0.11to 15.87 in 2015 the annual average was so low compared with the annual average based on 179 countries and in 2017 improved with a maximum of 15.87 ROE compared with an annual average based on 181 countries. On the other hand, the ROE of Morocco were decreased for2015 with an average of 11.68 but in 2016 and2017 the table shown a higher increase in ROE compared with the annual average of the other countries SO the ROE indicates Moroccan banks performing better than Russian banks.

The non-interest income is the revenue income generated from the non-core activities by the banks and financial institutions (loan processing fee, late payment fees, credit card charges, service charges, penalties, etc.) and play a vital role in its overall profitability. The table indicates the non –interest income of Russian have a lower average in 2015 compared to 183 countries with 6.79 but in 2016and 2017 the average increased with a maximum of 35.91 NII compared with the annual average of 39.99 based on 181 countries that's show

The improvement of profitability of Russian banks compared with 2014 - 2015.

In Morocco Based on the data in Table 1 the average of no –interest income during 2015-2016 recorded an increase from 38.32 to44.24 and in 2017 decreased with a minimum of 33, 55 NII but it's still not low compared with the annual average of 181 countries SO we can says he assessment of profitability non-interest income indicator Have been high for Russian and morocco.

Net interest margin measures the gap between the interest income the bank receives on loans and securities and interest cost of its borrowed funds. It reflects

the cost of bank intermediation services and the efficiency of the bank. The higher the net interest margin, the higher the bank's profit and the more stable the bank is. Thus, it is one of the key measures of bank profitability.

Based on the data in the table, during 2015 -2017 Russian banks recorded a high increase in NII from 1, 45 to 6, and 15 According to results Russian banks in 2016-2017 became more profitable and stable that's affected the efficiency of the banking sector.

According to the table, the annual average of net interest margin of Moroccan banks kept the same level during the period 2015-2017 so we can say according to net interest margin based on the data in the table Russian banks more efficient than Moroccan banks during the period 2015-2017.

The cost income ratio (CIR), Cost income ratio (CIR) is emerging measure of bank's efficiency and a benchmarking metric. As a standard indicator of the bank's efficiency, CIR measures the operating costs of the bank in relation of its total income. CIR also affects bank's profitability however that high CIR is equivalent low productivity and low efficiency, and vice versa.

Based on the data in the table during 2015-2017 the CIR of Russian banks had a strongly fluctuating evolution, alternating between maximums of59, 3 % in 2016 to minimums of 52.27% in 2017 On the contrary, the CIR of Moroccan banks shallow during that period compared with other counties, so the efficiency of Moroccan banks is high more than Russian.

Conclusion

In this research paper, we compared the efficiency banking system of Russian and Morocco using the performance indicators of efficiency OHDCTA and ROA, ROE, NII and non-interest income and CIR during the period of 2015-2017 based on the date in the table. The performance indicators of efficiency of MOROCCO has BETTER THAN RUSSIAN, Russian banking system has non-performing indicators during the period 2015-2017 a cause of the financial crisis of 2014-2015 the financial crisis in 2014 affected the financial performance and

efficiency of the banking sector. The level of efficiency of the banking system of the Russian federation is not high compared with the Moroccan banking system

References

1. Centro bank Russia: https://www.cbr.ru/banking_sector/
2. Structure of the banking system: http://www.bkam.ma/en/content/view/full/17566
3. Bank accounts per 1000 adults - Country rankings: https://www.theglobaleconomy.com/rankings/bank_accounts/)
4. Aguenaou, S., A. Lahrech, and S. Bounakaya. "Analyzing banks' efficiency as a measurement of performance in the Moroccan context: Application of CAMEL Framework." International Review of Research in Emerging Markets and the Global Economy (IRREM) 3, no. 1 (2017): p1105-1121.
5. Bank accounts per 1000 adults - Country rankings: https://www.theglobaleconomy.com/rankings/bank_accounts/)
6. Fries, S. and Taci, A., 2005. "Cost efficiency of banks in transition: Evidence from 289 banks in 15 post-communist countries". Journal of Banking & Finance, 29(1), pp.55-81.
7. Houben, A., Kakes, J., & Schinasi, G. De Nederlandsche Bank.
8. Non-Interest Income: https://www.wallstreetmojo.com/non-interest-income/

THE EFFECTS OF LEADERSHIP STYLE ON EMPLOYEE PERFORMANCE IN SME BUSINESSES IN THE GHANA

Patterson Ezekiel Sowah

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

Abstract

There hasn't been a single concise explanation of what Small and Medium Enterprises (SMEs), most sources define it per the number of workers within the organization, others explain it in terms of the amount of capital invested into the company for its startups. "SMEs have been one great avenue of earning some amount of income for individuals with less required skills and ability for the major job market, which helps to address the difficulties of occupation creation, manageable financial development, fair dissemination of pay and the general

incitement of monetary advancement. All the same these SMEs play significant function in the development of developing countries like Ghana. Nevertheless, there are still a number of these SMEs struggling to survive and some even failing within a short period of establishment (Abor, 2010).

This is one of the difficult obligations of a powerful leader; to know which technique to use to improve execution. There has been a rundown of factors that have had an infringement on the business execution legitimately or in a roundabout way, for, inspiration, fulfillment, morals, trust, equity, and others. No different, these factors are constrained by the leader. This places stress on the function and importance of the leader to the success and failure of the organization and in extreme cases the nation (Ather, 2007). As mentioned by the Minister for Business Development, Ibrahim Awal Mohammed, that 75% of businesses failure in Ghana are based on the leadership ineffectiveness (Donkor, 2011). The leadership styles have great impingement on the employee behavior and attitude towards work and on the acceptance of the schemes a company uses (Alexandrov, 2007).

In as much as leadership is the core agent of progress in the origination which affects employees directly ad indirectly, culture in the organization also in a way play a rightly or wrongly impingement on the leadership mechanism and how the day to day affairs are handled in the organization.

The study will help in advocating a leadership fabric which fits in a right way to achieve a better employee performance in most Ghanaian organizations, and recommend which leadership style will be more appropriate, effective and efficient with the organization. Therefore, the main intention is to dig into the correlation amongst leadership style and employee's performance.

This study is of importance since many analysts have made clear stands that employees are inefficiently handled or motivated suppresses organizational growth and progress. It is of much essence that leaders that manages these employees have a purposeful impact in the performance on the employees in every way possible. However, the performance depends on the style of leadership used, motivation, job satisfaction of employees, culture and many more. All these collectively play great

role on the performance of the employees by enhancing their activities dramatically and can be adjusted carefully during necessary times.

This study is made to show the impact leadership styles plays on SMEs performance in the Kumasi metropolis considering the mediating role of culture. This reveals specifically the means and procedures employed to conglomerate and examine the data of the study with the aim to affirm the hypothesis as stated. This part is made up of the "research design, population of the study (target/accessible), sampling/sampling technique, instruments for gathering the data, validation of research instruments administration of research instruments, and methods of data analysis".

This gives a retrospective view of studies and articles made by various academicians relating to the topic. This section revolves around the evolution of most school of thoughts of leaders and leadership, from the "great man" perception of epic or heroic leaders, leadership styles and trait theories in the corporate world and in general. Collectively, they all give more education on the qualities of a successful leadership and the crucial roles they play when it comes to building a remarkable employee performance status. With these reviews, a conceptual framework is developed using corporate culture as the mediating variable, then the conceptual definitions, theoretical review, empirical literature review, research gap, and statement of hypothesis.

The result of the survey brings out reacts to the exploration addresses brought out in the presentation of this examination. The Likert scale exhibited that an association's leadership style in an amazing way has an impact or impacts employee execution in SME organizations in Ghana.

Which leadership styles are generally favored by the four associations?

Per the information accumulated, the most favored leadership style at Latex froth were transformational and transactional, both had every one of the 50 respondents settling on that. At that point followed by just, which had 22 respondents. Next is bureaucratic and charismatic, each having 20 respondents. Last laissez fair leadership, which is least favored having just 8 concurred

respondents. This infers that among all the recorded leadership styles for the examination, laissez fair should be the least or not rehearsed at all at Latex froth. Most spotlight should be set on transformational and transactional leadership style to push employee performance.

Also, Log and Lumber Limited, Ghana L.L.L. The reaction was practically like Latex froth, where each of the 200 respondents going for transformational and transactional leadership style. The second most favored leadership style is bureaucratic, having 30 positive respondents, at that point 22 for democratic, charismatic and no respondents for laissez-fair. Once more, you understand that laissez fair isn't a style that workers but will prefer transformational and transactional always.

Thirdly, Royal Lamerta Hotel, there were 49 respondents going in for transformational and transactional leadership style. Then 31 for democratic, 16 for charismatic, 15 for bureaucratic and only 3 for laissez-fair. This company again makes the same assertion that the most preferred leadership style is transformational and transactional leadership and a little bit of democratic.

Lastly, Aninwa Hospital. There were 48 respondents out of the 50 that preferred transformational, then 49 for transactional, 29 for democratic, 16 for bureaucratic, 8 for charismatic and laissez-fair as usual the last with 6 respondents. This means laissez fair and charismatic leadership has more negative impact on employee performance than the other 4.

In this examination, the populace utilized for the review was simply restricted to the four SMEs suggested by AGI with just 50 representatives from each, making just 200 workers. The investigation can be widening to various SMEs and a lot more extensive example size. This should assist the specialist with increasing a more expand fear of the leadership styles and their effect on employee performance and authoritative culture as an intervening element.

References

1. Abor, J., & Quartey, P. (2010). Issues in SME Development in Ghana and South Africa,. 219-221.
2. Aboshaiquah, A. E.; Hamdan-Mansour, A. M.; Sherrod, D. R.; Alkhaibary, A.; Alkhaibary, S.
3. (2014). Nurses perceptipn of managers leadership style and its associated outcome.
4. American Journal of Nursing Research, 2 (4), 57-62.ity Printery.
5. Adair, J. (2003). Not bosses but leaders: how to lead the way to success. 3rd Edition. London: Kogan Page.
6. Adlam R., V. P. (2003). Police leadership in the Twenty-first Century; Doctrine and
7. Develpoments. 246.
8. Alan, M. (2013, [Online] Available at: [Accessed 20 July 2016]. 20). Leadership Styles.
9. http//www.ofd.ncsu.edu/wp-content / leadership. Retrieved from
10. http//www.ofd.ncsu.edu/wp-content / leadership
11. Alexandrov, A. B. (2007). The Effects of Percieved Management Concern for Frontline Employees and customers on Turnover Intentions Moderating Role of Employement Status. Journal Of Service Research, 9(4), 356-371.
12. Alghazo, A. M.-A. (2016). The Impact of Leadership Style on Employee's Motivation.
13. International Journal of Economics and Business Adminstration, 37-44.
14. Alvesson, M. (2002). Understanding organizational culture. Califonia: Thousand Oaks, CA.
15. Amin, M. E. (2005). Social Science Research conceptions, methodology and analysis. Kampala: Makerere University.
16. Armstrong, M. (2012). Armstrong's handbook of management and leadership: Developing effective people skills for better leadership and management. 3rd Edition. London: Kogan Page.
17. Armstrong, M. S. (2005). A handbook to managment and leadership; A guide to managing for results. London: Kogan Page.
18. Ather, S.M. & Sobhani, F.A. (2007). Managerial Leadership: An Islamic Perspective. IIUC
19. Studies, 4, pp. 7-24.
20. Bass, B. (1978). Leadership and performance beyond expectations. New York: Free Press.
21. Bass, B. B. (2008). The Bass handbook of leadership: Theory, research, and managerial applications. 4th Edition. New York: Free Pres.
22. Bass, B., & Avolio, B. (2000). Improving organisational effectiveness through transformational leadership. Thousand Oaks: CA: Sage.

23. Bass, B.M., Avolio, B.J., D.I. & Berson, Y. (2003). Predicting Unit Performance by Assessin
24. Transformational and Transactional Leadership. Journal of Applied Psychology, 88(2), 207

WORLD INCOME INEQUALITY

Sithole Ntsika Mabutfo
National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

Inequality can be seen in a range of ways, all related. The most frequent metric is the inequality of money, which refers to the degree at which cash is nonetheless dispensed equally amongst people. Related standards are lifelong inequalities (individual earnings inequality in his or her lifetime), earnings inequality (distribution of wealth to households or humans at a precise time), and inequality (impact on earnings in stipulations the place human beings have no control, such as socio-economic status, gender, or ethnic background). . All of these standards of inequality are associated and grant exceptional however constant views on the reasons and penalties of inequality, which is why they supply higher management for governments when formulating precise insurance policies aimed at addressing inequality.

Global inequality in many components of the world stays a huge problem. This article aims to outline economics influences that are delivered about via potential of this inequality.

Globally inequality has declined unexpectedly considering the fact that 1990. During the nineteenth and twentieth centuries, world inequality accelerated sharply, reflecting the developing disparity between the incomes of persons in the world as the developed financial system used to be plenty enhanced in contrast to the relaxation of the world. The revitalization of the world financial system in the twentieth century ushered in a duration of boom and development. Subsequently, per capita increase costs for GDP have accelerated in the most developed countries, especially in Asia, which has led to the give way of world inflation

(Bourguignon, 2015). Millions of households had been freed from poverty. As a result, international earnings inequality started to stabilize and started out to decline sharply over the previous three decades.

It must be noted, however, that now not all areas of the world ride a combine of income with the most developed countries. In Sub-Saharan Africa, for example, common earnings boom was once a good deal decrease than in Asia. Other advantages in decreasing world inequality are possibly to be reversed due to the COVID-19 crisis. It is probably to minimize world inequality due to the fact the developed economies have greater assets to deal with the outbreak and the subsequent healing effort.

Inequality can be considered from distinctive perspectives, all of which are related. Most frequent metric is Income Inequality, which refers to the extent to which earnings is evenly disbursed inside a population which in this era appears a long way from even possible. Related ideas are lifetime Inequality, inequality in incomes for an character over his or her lifetime, Inequality of Wealth which is distribution of wealth throughout households or persons at a second in time, and Inequality of Opportunity which influence on earnings of situations over which people have no control, such as household socioeconomic status, gender, or ethnic background. All of these inequality principles are associated and provide one-of-a-kind but complementary insights into the motives and penalties of inequality, consequently imparting higher training to governments when designing precise insurance policies aimed at addressing inequality.

Gini coefficient is a measure of income inequality. It varies between 0 and 1, with 0 representing perfect equality and 1 perfect inequality. Most of the analysis is centered on the concept of income inequality as captured by the Gini coefficient, which is available for a large number of countries and relatively long periods. Unless specified otherwise, Gini income inequality refers to disposable income or consumption and thus already reflects any redistribution through taxes and transfers.

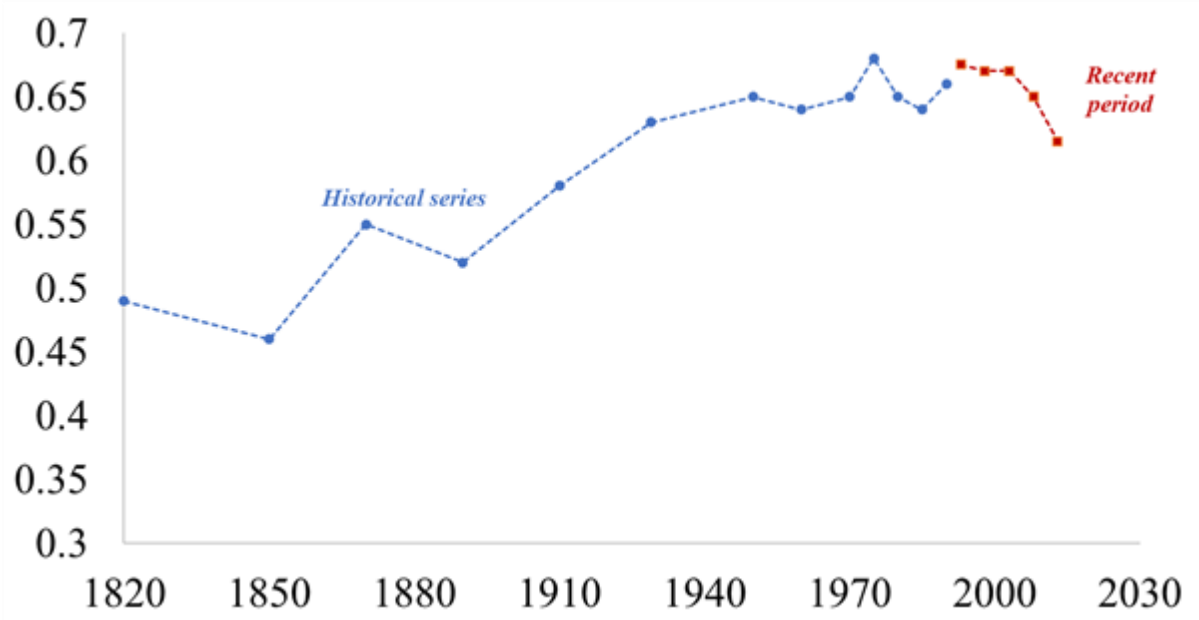


Figure 1.IMF,Global income inequality

Sourse: https://www.imf.org/-/media/Images/IMF/Topics/Inequality/global-income-inequality.ashx?h=313&w=600

A lot of global and domestic factors which may reinforce each other —have been proposed in the theory and empirical literature to account for the income inequality trends. The key forces include much of list:

Global factors, such as technological progress, globalization, and commodity price cycles, play an important role. For Example, technological advancement has contributed to the skill premium, because individuals with higher education have a comparative advantage in using new technologies such as Card and DiNardo. In Western Europe and the United States, technological progress has also translated into a hollowing out of middle-class jobs, a phenomenon known as job polarization.

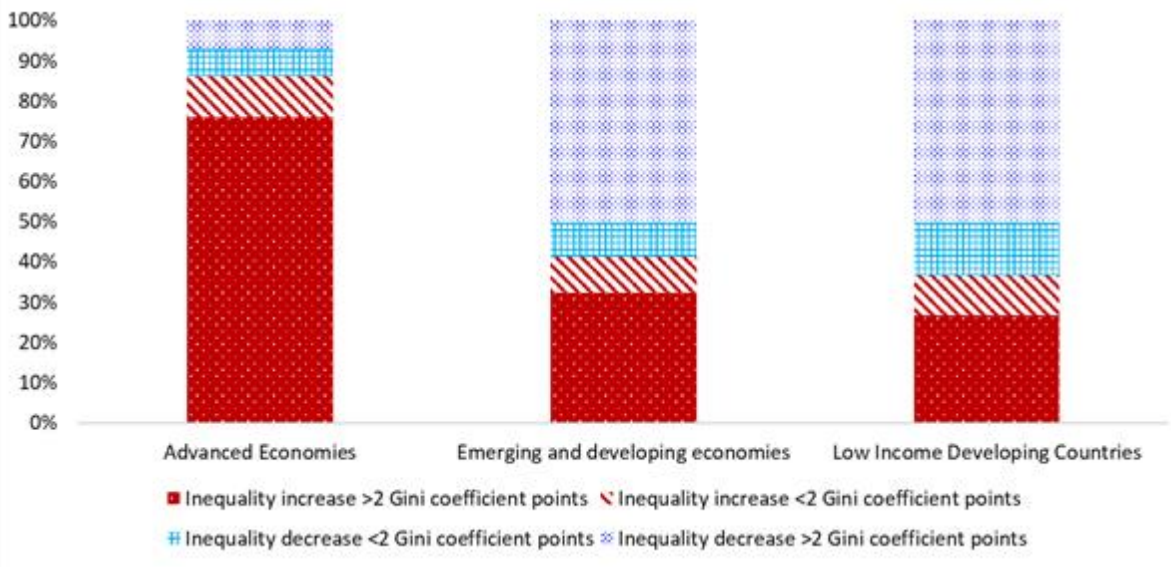


Figure 2 :IMF Fiscal monitor, October 2017

This figure shows the difference in inequality between developed and developing countries whereby it shows that the most unequal communities are among developing and emerging economies.

Country specific factors, such as those related to economic developments and economic stability as well as to domestic policies including financial integration, redistributive fiscal policies, and liberalization and deregulation of labor and product markets — also play an important role in explaining inequality trends within countries.

In sub-Saharan Africa looking at GDP from around the 1960s has grown so much that it has drastically improved the level of inequality eliminating abject poverty in most cases. In this case lets speak of a each of sub-Saharan Africas economies.

In Southern Africa, Botswana had a GDP of around 32.9million USD rising to be one of the best economies in the region recoding a GDP of 18.6 billion in 2019 with a population of 2.3 million people and placing infrastructure in a systematic way that allows its citizens to take themselves out of poverty. This was done through free education, road infrastructure and strong conservation regulation that puts it as the best in Africa for wildlife tourism. With one of the highest population of elephants and most of wildlife generally. South Africa is the business hub of Southern Africa holding most of industrial activities though its the youngest

democracy in the region. A population of 58 million and close to world class infrastructure makes it attractive for international businesses making it Africa's second largest economy with a GDP of 300 billion, though even in these conditions it still suffers greatly from inequality.

Eastern Africa also considered to be Africa's nest economic giant has two of the largest economies in Africa which is Kenya and Tanzania. Earlier details of Tanzania's GDP are not mentioned but in 2019 they do mention a GDP of 315 billion USD with Kenya having a GDP of 79 billion in 1961 topping with a GDP of 955 billion with a population of 52 million people. When taking these figures into consideration it should be evident that inequality shouldn't be much of an issue yet it still is, yes it has improved but this means that as the world inequality decreases smaller group of inequalities are still being rife.

Nigeria is the most populated country in Africa and it doesn't surprised that is it the largest economy. It ranks as middle income economy with a GDP of 397 billion USD in 2019 it is the regional hub in western Africa together with Ghana having one of the strongest currencies in Africa at 1 dollar to 5.86 Ghana cedi and it holds a GDP of 65.56.

Conclusion

It is quite simply so that even though inequality is a world problem and the least the world economy can do is to reduce it gradually in as much as possible. This can be done by mostly fixing country specific factors such as municipal structures and more such as:

Increasing the skill levels of poor communities- this means have more corporate social responsibilities in those communities done by local businesses as they gain a lot of income from them. Having their skills equipped will also ensure they are largely employable and they can be able to make their own small holder businesses. Diversifying the skill set of people will ensure that the is no labor overload in one skill and a lack on the other. Stephen Jay criticized this matter to that the wrong method of evaluation is being employed in the book "The Mismeasure of Man".

As this tends to be a cycle finding a solution would mean working around matters that are feeding into the cycle to tamper with its continuous progress. Which is wealth concentration, those who are born rich tend to continue being even richer.

This governments try to tackle through wealth redistribution methods which have only worked to a certain extents.

References

1. European Commission, International coorperation, reducing inequality. https://ec.europa.eu/international-partnerships/sdg/reducing-inequality_en
2. IMF, The IMF and income Inequality, (2020) https://www.imf.org/en/Topics/Inequality/introduction-to-inequality
3. World Bank Data, GDP, South Africa c2020-12-03
4. World Bank : https://www.data.worldbank.org

GLOBAL FINANCIAL CRISIS: CAUSES AND CONSEQUENCES

Vizuete Vasconez Camila Rebeca

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

In the economy, phenomenums and events that took place in the history are crucial to know because, those events will leave us profund lessons and knowledge that we will used as an example to carry on with worst and different moments in the future. The Great Depression shows the important roles that banks and stock market play in our economy; Between 1929 and 1933, the quantity of goods and services produced in the United States fell by one-third, the unemployment rate soared to 25 percent of the labour force, the stock market lost 80 percent of its value and some 7,000 banks failed.

Another event that is important to study in the Recession of 2007-2009, where people start to take loans to purchase houses cause in that time the housing market where rapidly growing, and it was fleeting because when the price of

houses start to drop people were unavailable to pay the loans and banks declared bankruptcy.

This can happen again we cannot take anything for granted cause if we don't learn from those mistakes then worse times are coming. Nowadays we are living a new crisis: Covid-19 pandemic, because we were unprepared for a big shock like this, that stops the whole economy for long time.

These events show us that the economy is not just about money or markets, but also makes us see how human we are, by helping each other in times of crisis.

In Economics there is an important cycle that we need to know for understand where the global economy is position and why they were so crucial for the people.

The cycles consist of alternating intervals of high sectoral growth and intervals of relatively slow growth. The long-term wave has a period range between 50-60 years. Debt deflation is one of the causes for using Kondratiev wave, because holds recessions and depressions.

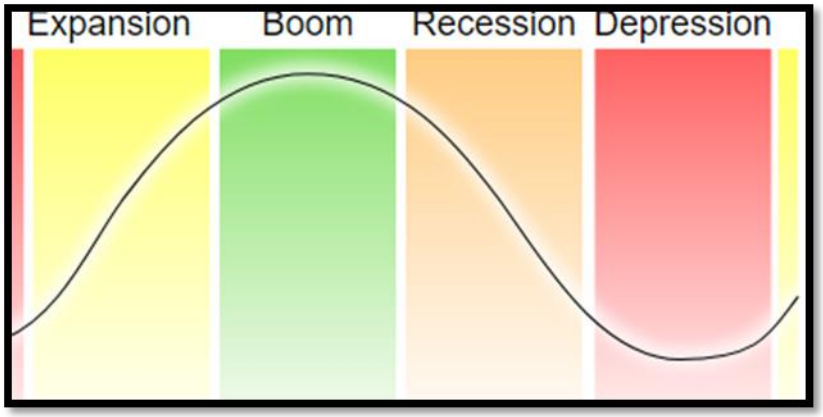


Figure 1.1 Financial Crisis vs Economic Crisis

A crisis phenomenon can be determinate as a condition of instability and danger in social, political and economic aspect, but no matter what type of crises are, generate a set of problems which are difficult to solve.

There is a difference between Financial Crisis and Economic Crisis. The economic Crisis is the downturn of the economy which includes business and household sectors, it affects economic entities in the entire economy. Financial

crisis is the decline of nominal value of financial assets where businesses and consumers are unable to pay their debts, and financial institutions experience liquidity shortages. This affects directly to the financial sector and banking; this can affect to a single country but commonly spreads regionally or globally.

The Great Depression was an economic crisis, known as the worst of the 20th century. It was in October 24, 1929 when the stock market crashed but there were few economic conditions before that leaded to the big crash. The 1920's featured large- scale domestic consumption products that were relatively new, this was good for American industry but is consumption was fueled by credit and installment buying which was totally unsustainable.

The agricultural sector kept prices dropping during 1920's because during the World War I farms had increased their production for provide food to the soldiers, leading to a mechanize their way of production, so many farmers went into debt to finance machinery.

In 1929 commercial bankers were in an unusual position of loaning more money for stock market and real estate investments than for commercial ventures. Also, from August 1921 to September 1929 Dow Jones increased six-fold. The market officially peaked on September 3, 1929, when the Dow shot up to 381. Working-class citizens become interested in stock investments, and some purchased stocks paid only a small percentage of the value and borrowed the rest from a bank or broker.

The stocks were overpriced and the people overconfident, so the collapse was imminent. A record 12.9 million shares were traded that day, known as "Black Thursday. Five days later, on October 29 or "Black Tuesday", some 16 million shares were traded after another wave of panic. The shares ended up worthless, and those investors who had bought stocks borrowed money were wiped out completely. In fact, after 1922, the stock market had increased by nearly 20% each year until 1929.

The industries also experience overconfidence especially in agriculture and manufacturing, there was an overproduction that meant companies had to purge their supplies at a loss and share prices suffered.

Business went bankrupt, savings vanished and employees unemployed.

Franklin D. Roosevelt was elected president. Roosevelt took immediate action to address the country's economic woes, first announcing a four-day "bank holiday" during which all banks would close so that Congress could pass reform legislation and reopen those banks determined to be sound.

The Great Depression effects

-Change in **economic indicators**:

	United States	Great Britain	France	Germany
Industrial production	–46%	–23%	–24%	–41%
Wholesale prices	–32%	–33%	–34%	–29%
Foreign trade	–70%	–60%	–54%	–61%
Unemployment	+607%	+129%	+214%	+232%

Figure 2 1.3.2

The economic crisis of 2007-2009 is certainly a global one. The deep crisis in the U.S. banking system and then in the stocks exchange in the whole world lead us to state that the crisis which started in 2007 is definitely a banking-financial one.

It was caused by unsustainable debt cause by the so-called subprime loan. A mortgage, is a loan that allows people to buy a house, and a subprime mortgage is issued to borrowers with low credit ratings.

In the early 2000's the housing market was growing, so many banks opted to give subprime loans even if they had low credit rates. The housing market kept growing in the past several years.

By the year 2007 the housing market starts decreasing and the prices also start to went down rapidly, this means that the real state wasn't profitable and

borrowers weren't able to pay the loans or sell their houses, leading to banks and insurance companies to declare bankruptcy and the economy plummeted.

In 2008 the government step in bailing out banks, increasing the debt deficit and spending on programs to help to avoid a bigger crisis.

As consequence 8 million people lost their jobs, 2.5 million business close and 4 million houses foreclosed each year start to suffered huge financial loses, and financial institutions weren't able to lend money.

The global recession impacted Ecuador

The oil prices: The Ecuadorian oil price hit $120 per barrel in June 2008 but in December of the same year dropped to $27 per barrel.

Tax overload: on the production of raw materials and on products of national added value.

Forecast of Further years

Due to the impact that Covid-19 Pandemic has had in the global economy some countries will be facing a recession phase that will be critical due to a process of gestation of the crisis.

We are living a hyper-financed economy, which leads to an oversaturation of credit, speaking of Latin American countries.

A collapse in the North American economy is going to have effects in Latin America, especially in Ecuador, as the effects would lead to a decrease in purchases of raw materials and overvalued products.

Having an impact on the US economy would produce a domino effect which would affect globally.

The Great Depression and the Recession of 2007- 2009 had some the same consequences such as massive unemployment, housing market prices plummeted and bankrupt business, and because it happens on different times their causes were not the same.

The Kondratiev cycle is not accepted for scientists but in my point of view is complete helpful to understand concepts like recession and depression.

Both of the financial crisis affected globally as an example of it is the high percentage in unemployment.

New times are coming and crises will be present at all the times during our history but the way to improve and make a stable economic, is learning from other crisis and take the best from it.

References:

1. The Financial Crisis Inquiry Commision, official government Edition, January, 2011.
2. Prof. Bruce Sacerdote presents on some of the causes of the recent recession and its predecessors. May 26, 2010, source
3. Warwick J McKibbin and Andrew Stoeckel, The Global Financial Crisis: Causes and Consequences., International Economy programs, November, 2009
4. Kimberly Amadeo The Balance, article: Critical events in the worst crisis since the depression, June 26, 2020
5. Fullerton January 31, 2011, source: The capital Institute, article: The Six Root Causes of the Financial Crisis, by: John.
6. Khan academy, Kondratiev wave.

MARKETING STRATEGY OF SAMSUNG AND APPLE

William Kushatha Ann

National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

Abstract: Volatile industry trends require quick and effective strategic marketing responses in order to take advantage of the potential profits. The smartphone market was created, rivals accumulated hence the brutal war between Apple and Samsung. The two have been at each other's necks trying to beat each other and take the throne which is the reason for such large amounts of marketing budgets, research and development expenditures with both companies spending more than a billion dollars. This article looks at how these companies fight over the market share and loyalty in the global smartphone market with their clearly different marketing strategies. Upon final analysis, it is clear that this rivalry will

not slow and the two companies take advantage of every loop hole they can find in order to get ahead of the other.

Introduction

With a much larger market comes more competition from other companies worldwide, therefore marketing strategies become integral to the profit making goal of companies. With high-tech industries their approach to marketing is a lot different since these are volatile industries. A competitor's technological discovery or improvement, even one made by a start-up company, can make the leader's technology and the products or processes on which it is based obsolete. Therefore, to increase the probability of success, high-tech companies should link research and development with marketing. Samsung and Apple have dominated the smartphone market for over nine years now and their rivalry between in smartphones continues to grow fiercer.

How Samsung competes with Apple

With their product portfolio

Like many Asian companies, Samsung has used the idea of "flood the market with products" to get ahead. It is present in dozens of markets. The company holds a strong position in the tablet as well as semiconductors and displays industry.

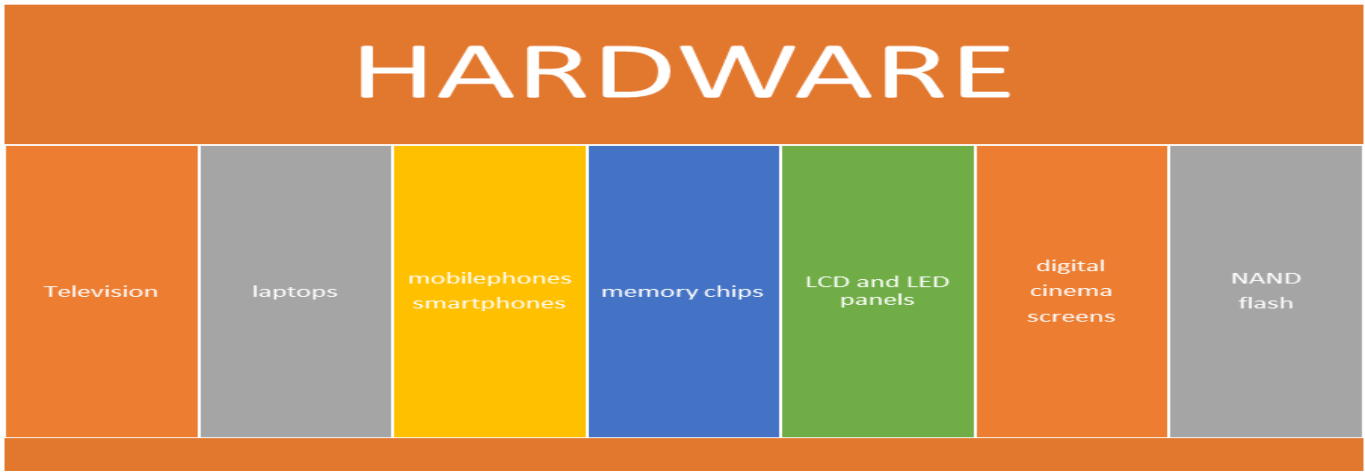


Fig.1. Samsung's product diversity portfolio

[Samsung SDI Sustainability Report 2015. Samsung group experts.]

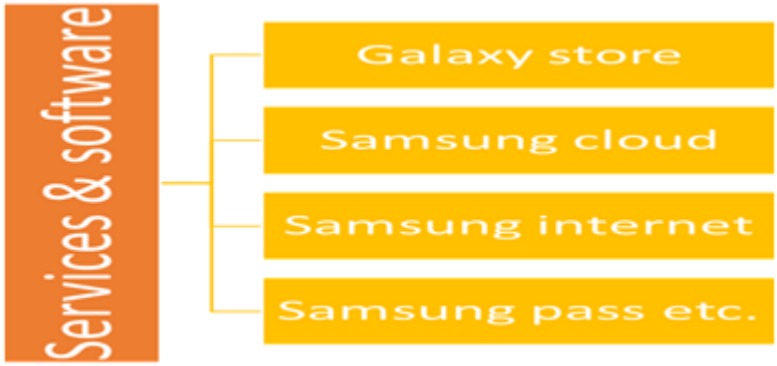


Fig.2. Samsung's product diversity portfolio

[Samsung SDI Sustainability Report 2015. Samsung group experts.]

Samsung faces a fierce competitor who is also a revered innovator and this is Apple. Apple Inc., stands for innovation in personal computing and digital media distribution.

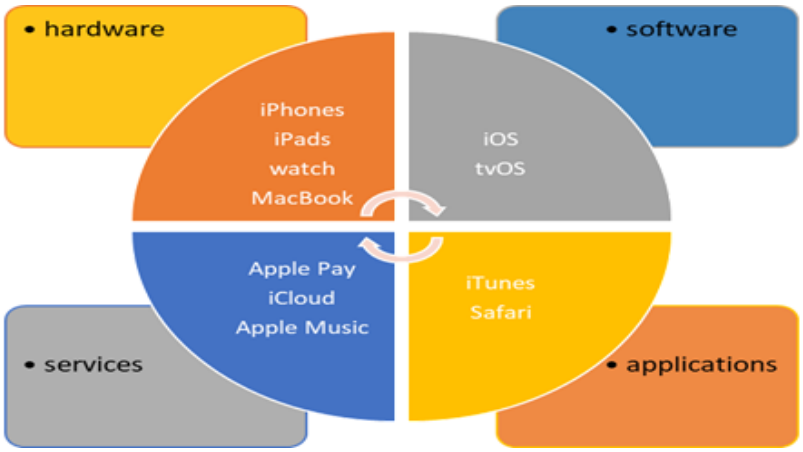


Fig. 3. Apple's product ecosystem

[Apple: Statistics & Facts, statistica.com]

Users of smartphones can be extremely fickle, which causes a revolutionary product like the iPod to give way to newer technologies like the iPhone within the span of five years. Thus, the ability to accurately assess and forecast the market demand for products can mean the difference between corporate profit and loss. Apple dominates the global handset market by capturing 66% of industry profits and 32% of the overall handset revenue [Samsung vs Apple's business model].

More ways Samsung competes with Apple is through pricing strategies, and their production processes management.

Samsung	Apple
Use of mixed pricing strategies, for example, television products are priced competitively and price skimming for their smartphones.	Premium pricing, due to strong customer loyalty and product differentiation.
Prefers to keep control of production in the same room so as to not depend on anyone for parts of devices. Easier for them to coordinate production and distribution	Apple focuses on design and development while they outsource other production processes to other companies.
Advanced in hardware production	Advanced in software design and development.
Has an advantage with its diverse product portfolio	Has a cult like customer base and a larger market share, made it as the most valued brand in the world.

With their Marketing budget

In 2017, the company spent $11.2B on advertising [International strategy: The strategy of Samsung group]. The company gathered critical data for each region in which it operated. The data included [International strategy: The strategy of Samsung group]:

- buyers; Overall population and population of target
- capita; Spending power per categories
- Per capita spending on product rates
- Category penetration categories
- Overall growth of brands

Upon completion of the data collection, the analysis revealed a stark truth: Serious imbalances in marketing funding. Samsung corrected these and the changes resulted in Samsung now being the fastest-growing global brand between 2001 and 2002.

In 2015 Apple hit many headlines when they dramatically increased its global advertising budget by 50% to a record $1.8 billion [Why Apple Spends $1.8 Billion On Advertising, Medium.com, Jacqueline Basulto Jul 13, 2018]. Their explanation was that ongoing investment in marketing and advertising is critical to the development and sale of innovative products and technologies.

Fig.4. Apple's innovative approach to product differentiation success [Kushatha Ann William]

It's every marketers' dream for their brand to have a cult like following and Apple has worked meticulously and spent billions of dollars to get that fan club and the brand loyalty. That means not focusing so much on the tangible product, but more on the feelings it evokes in the customer. Apple does not create ugly or low-quality ads to win people's hearts by winning over their emotion.

Coronavirus' impact on Samsung and Apple

Samsung and Apple supply factories have been forced to shut down in South Korea due to the coronavirus Covid-19 outbreak. This is a resulted in a fall in revenues and slows down growth. Apple has already warned investors that it does not expect to hit quarterly earnings targets as a result of the outbreak limiting the

production of iPhones. While Samsung's market share fell drastically, Huawei stayed the same and Apple increased only by 2% [11.CORONAVIRUS: IPHONE AND SAMSUNG FACTORIES SHUT DOWN AFTER WORKERS INFECTED WITH DEADLY VIRUS]. Though it has shown a huge recovery, the pandemic still poses a threat to the performance of the smartphone giants.

Conclusion

Samsung has a clear motive to dethrone Apple from the most valued brand in the world because as of this day, most smartphone users rank Apple's products (specifically the iPhone and laptop) as number one in terms of quality, services, applications and even security. This is the source of motivation for Samsung to invest in the innovative marketing strategies to try to convince users that their smartphones can provide just the same quality and functionality as Apple. The previous research hasn't fully taken into consideration just how the coronavirus pandemic will affect the Samsung and Apple's performance. How their marketing strategies will have to evolve to compensate for the changes in people's way of living as things are becoming more and more digitalized and people will start to stay home more often, even schools are becoming digitalized and long distance learning is growing. Samsung's product portfolio might just help it to take the lead from Apple but Apple's innovative capabilities will not make it a walk in the park.

For Apple's loyal users, most of them have no problem in purchasing at the price that Apple decides to set. This is why Apple has been able to gain such high revenues. They thrive of from high prices which is something Samsung is not known for, they would not be able to easily set high prices as Apple does. Samsung's Galaxy S20 has a lot of features that are extremely similar to that of Apple's iPhone 12, certain features are even better than that of Apple. This shows the beginning of how Samsung could possibly remove the deep customer loyalty that Apple has. Another reason why Apple should be on its toes is the current pandemic's impact on the way of life of society. More people will be staying at home, schooling at home and hence more devices will be demanded. In this instance Samsung has a greater advantage than Apple since they have experience

in producing high quality televisions, digital cinematic displays etc. It is a potentially powerful marketing strategy that Samsung can pursue in order to take the lead from Apple and all other smartphone producers.

References

1. Basulto, J. JUL 2018 Why Apple Spends $1.8 Billion On Advertising, Medium.com
2. Browne, R, 30 JAN 2020, Apple becomes biggest smartphone player for the first time in two years, beating Samsung, www.cnbc.com
3. Cain, G. (2020) Samsung vs. Apple: Inside the Brutal War For Smartphone Dominance, by www.forbes.com. Forbes the daily cover.
4. Corstjens, M and Merrihue, J (2003), an Optimal Marketing article , www.hbr.org
5. Cuthbertson, A. 02 March 2020. CORONAVIRUS: IPHONE AND SAMSUNG FACTORIES SHUT DOWN AFTER WORKERS INFECTED WITH DEADLY VIRUS.
6. Dimitri Simonin 2015 International Strategy: The Strategy of Samsung Group, international Strategy. Samsung Electronics. www.researchgate.net
7. EICHENWALD, K, JUNE 2014 THE GREAT SMARTPHONE WAR, www.vanityfair.com
8. Ross, S. 2019. Samsung vs. Apple's Business Model, August 2019, https://www.investopedia.com/
9. Samsung website. https://www.samsung.com
10. Samsung SDI Sustainability Report 2015. Samsung group experts. www.samsungsdi.com
11. Soo Jin Go (2015) Strategic analysis of Samsung's smartphone product portfolio: Countering the challenge from Chinese competitors, 921185669-MIT. https://dspace.mit.edu/
12. Tankovska, H Apple: Statistics & Facts, Published by, Oct 26, 2020, https://www.statista.com/

THE ECOPOLITICAL POST-TRUMP COVID-19 LANDSCAPE OF THE UNITED STATES FROM A GLOBAL PERSPECTIVE

Youngblood Kevin H
National Research Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

As the world increasingly is warming up to the end Donald Trump's reign as President of the United States, the future remains as unclear as ever. The COVID-19 Pandemic has led to what can only be described as a shock to the economic and political system; not only in the United States, but in the world as a whole. This is beyond a doubt a strange time for the United States and the greater economic fallout is very likely yet to come fully into perspective.

Several questions arise in relation to the election in the US. What did the Trump administration achieve economically from 2016-2020? What is the balance sheet of US epidemic policy? And what problems have arisen for the West as a whole since 2016 with the two "political shocks", the Brexit majority in the British EU referendum and Trump as President in the USA? Finally, what were the reasons for the expansion of political populism? And this is beyond the widespread disappointment with the political elite in dealing with the US banking crisis of 2008 and 2009, which was also a transatlantic economic crisis. At that time there was often the impression that huge sums of money were made available from the state treasury to rescue large banks, while relatively few aid packages were offered to workers affected by the banking and economic crisis.

When Trump was surprisingly, from the point of view of most of the US media, elected 45th President of the USA in November 2016 and then took over the office from his predecessor Barack Obama in January 2017, he relied on five economic policy decisions:

A tax reform, which in particular brought a reduction in corporate tax rates from 35% to 21%, but also incentives for US multinationals' profits parked abroad to be returned to the USA on favorable tax terms; an increased orientation of international US trade policy towards national goals; Trump promised in the 2016

election campaign that he would conclude new deals with more favorable terms in trade agreements, and that should then also reduce the deficit ratio of the US trade balance. The agreement on the USA-Canada-Mexico free trade area has been renegotiated and runs with slightly modified conditions, including a higher minimum value added quota in Mexico and Canada than before for free US market entry.

A deregulation of the economy, especially in the energy and environmental sectors, as well as higher spending on infrastructure; an exit from the Paris UN climate agreement, which should protect the US economy from ecologically unnecessary burdens; a weakening of international organizations or multilateralism, such as the role of the World Trade Organization and the WHO (the latter with a need for reform).

Fiscal and National Debt Policy of the USA

Deregulation pressure and expansionary fiscal policy, combined with tax cuts, are part of US economic liberalism and have definitely been part of the policies of various US presidents, especially the Republican Party. Looking back to past actions points to the lessons of the US history of economic policy, according to which Republican presidents always begin with increasing military spending and tax reduction policies shortly after taking office and then have to cope with a high budget deficit ratio for some time. However, Trump did this more thoroughly than previous administrations and also recorded high deficit rates in the economic upturn in 2018-19 so that in the event of a recession, exceptionally high deficit ratios were to be expected, with the corona shock year 2020, all fears were clearly exceeded: the deficit ratio even exceeded the previously set 11% from the banking crisis of 2008-09.

Unsurprisingly, there was also a considerable increase in the debt ratio, which, however, was actually still subdued in the IMF's forecast [1] because of the enormous purchase of US government bonds by the US central bank. For example, if the US Federal Reserve holds federal bonds amounting to 30% of GDP, which is unusually high, at an interest rate of 3% that means that the US state has an interest

expense ratio (interest expense relative to GDP) of 1% which he pays to himself: first to the Federal Reserve System, since the Fed has bought US Treasuries on a massive scale. The state interest payments to the Fed, however, go back to the state via increased central bank profits that are to be transferred to the US state. However, the interest rate on US government bonds fell in nominal and real terms over the long term, but rose again slightly in real terms under the Trump administration in 2018. The US Congressional Budget Office [2] had calculated even before the corona shock that a continuation of Trump's budget policy until 2050 would increase the US national debt ratio from almost 100% (2019) to 180%.

The rating for US government bonds, which was downgraded from AAA to AA by Standard & Poor's during the banking and economic crisis of 2008, would probably be in the B range by the end of the third decade of the 21st century, which would mean for the Economy and the US dollar would weaken significantly. The fact that the US dollar experienced a devaluation against the euro in the summer of 2020 is likely to be due to the perception of international investors that the USA under Trump, and especially in the corona shock year 2020, hardly shows any international leadership quality in economic policy, while at the same time the US national debt ratio is increasing enormously: faster than in the Eurozone. Accordingly, with the current US policy mix, a more pronounced quantitative easing of monetary policy in the USA (pressure from politics on the Fed in this direction), compared to the Eurozone, is to be expected in the medium term, which may explain the depreciation pressure on the US dollar in 2020.

If one compares the IMF forecast of 2019 and 2020 for the USA (Table 1 and Table 2), the IMF's forecast for 2020 shows significantly different figures for 2024 compared to the forecast for 2019 (Table 3).

Table 1

Forecast of selected US economic indicators, 2019

		forecast					
	2018	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Real GDP,% yoy	2.9	2.6	1.9	1.8	1.7	1.6	1.6
Real GDP, Q4 / Q4,%	3.0	2.3	1.9	1.7	1.7	1.6	1.6
Output gap,% of potential GDP	1.1	1.7	1.7	1.6	1.6	1.5	1.4
Unemployment Rate, Q4,%	3.9	3.6	3.5	3.6	3.7	3.8	3.8
Current account balance,% of GDP	-2.3	-2.1	-2.5	-2.7	-2.6	-2.5	-2.4
Base rate, end of period,%	1.8	2.4	2.6	2.9	2.9	2.9	2.8
Ten-year government bonds, Q4,%	2.9	2.7	2.9	3.1	3.2	3.2	3.2
Inflation, PCE [1] , Q4 / Q4,%	1.9	2.1	2.2	2.0	2.0	2.0	2.0
Core inflation (PCE, Q4 / Q4),%	1.9	1.8	2.1	2.1	2.0	2.0	2.0
Budget deficit ratio,% of GDP	-3.9	-4.2	-4.0	-4.0	-4.3	-4.1	-3.8
Government debt held by investors,% of GDP	77.8	78.7	79.6	80.6	82.0	83.3	84.2

[1] Personal Consumption Expenditures.

Source: IMF (2019), Article IV Consultation, United States.

Table 2

Forecast of selected US economic indicators, 2020

		forecast						
	2018	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**
Real GDP,% yoy	2.9	2.3	-6.6	3.9	3.3	2.3	1.9	1.8
Real GDP, Q4 / Q4,%	2.5	2.3	-6.9	5.1	2.8	2.0	1.9	1.8
Output gap,% of potential GDP	0.2	0.9	-4.9	-1.8	-0.6	-0.4	-0.4	-0.5
Unemployment Rate, Q4,%	3.8	3.5	9.7	7.4	5.7	4.6	4.3	4.2
Current account balance,% of GDP	-2.2	-2.2	-2.2	-2.1	-2.1	-2.1	-2.0	-2.0

Base rate, end of period,%	2.2	1.7	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Ten-year government bonds, Q4,%	3.0	1.8	0.8	1.0	1.5	1.7	1.8	1.8
Inflation, PCE [1] , Q4 / Q4,%	1.9	1.4	0.7	2.1	2.0	2.0	2.0	2.0
Core inflation (PCE, Q4 / Q4),%	1.9	1.6	0.8	1.8	1.9	1.9	1.9	1.9
Budget deficit ratio,% of GDP	-3.8	-4.6	-18.0	-10.4	-5.4	-4.5	-4.7	-4.9
Government debt held by investors,% of GDP	77.4	79.2	99.6	107.4	106.8	106.8	107.4	108.3

[1] Personal Consumption Expenditures.

Source: IMF (2020), Article IV Consultation, United States.

Table 3

Differences in IMF forecasts for the US

Difference	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Real GDP,% yoy	0	-0.3	-8.5	2.1	1.6	0.7	0.3
Real GDP, Q4 / Q4,%	-0.5	0	-8.8	3.4	1.1	0.4	0.3
Output gap,% of potential GDP	-0.9	-0.8	-6.6	-3.4	-2.2	-1.9	-1.8
Unemployment Rate, Q4,%	-0.1	-0.1	6.2	3.8	2	0.8	0.5
Current account balance,% of GDP	0.1	-0.1	0.3	0.6	0.5	0.4	0.4
Base rate, end of period,%	0.4	-0.7	-2.5	-2.8	-2.8	-2.8	-2.7
Ten-year government bonds, Q4,%	0.1	-0.9	-2.1	-2.1	-1.7	-1.5	-1.4
Inflation, PCE [1] , Q4 / Q4,%	0	-0.7	-1.5	0.1	0	0	0
Core inflation (PCE, Q4 / Q4),%	0	-0.2	-1.3	-0.3	-0.1	-0.1	-0.1
Budget deficit ratio,% of GDP	0.1	-0.4	-14	-6.4	-1.1	-0.4	-0.9
Government debt held by investors,% of GDP	-0.4	0.5	20	26.8	24.8	23.5	23.2

Source: IMF, own calculations

For 2020, the unemployment rate in the 2020 forecast has almost tripled compared to the 2019 forecast; the expected debt stock relative to GDP for 2024 has increased by almost 25 percentage points, an increase of a good quarter compared to the forecast of 2019. In the current IMF forecast, the output gap will turn negative for several years from 2020 onwards. The corona economic shock is massive, as the IMF [1] also showed in the World Economic Outlook / Update in June 2020 for the global economy: Real incomes are expected to shrink by around 4.5% worldwide in 2020.

Quantitative easing and national debt ratio

In 2009 and 2010 the USA, and subsequently Great Britain and the Eurozone, relied heavily on quantitative easing (QE) to overcome the transatlantic banking crisis; on a comprehensive expansionary open market policy (with an increase in the money supply via the purchase of government debt) in an environment with a central bank interest rate close to zero. Something similar is happening now, with the volume of government bonds in the central bank's portfolio being around 30%, as can be seen from a comparison of the gross national debt ratio and the national debt of private investors relative to GDP. Government debt in the hands of private investors, relative to GDP, results from the gross government debt ratio after subtracting government bonds from the central bank's balance sheet.

Table 4

Government deficit ratios, selected countries

in% of GDP

Financial balance position	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2019	2020 *	2021 *
Germany		-9.43	-1.58	-3.32	-4.38	0.94	1.45	-5.52	-1.19
Switzerland	0.00	-	0.42	-	0.36	0.64	0.89	-5.06	-1.90

		1.87		0.67					
South Korea		2.24	4.05	0.82	1.47	0.52	0.86	-1.84	-1.57
Italy	-11.10	-7.21	-2.42	-4.08	-4.24	-2.55	-1.64	-8.34	-3.47
Great Britain	-1.39	-4.97	1.36	-3.15	-9.28	-4.59	-2.08	-8.31	-5.47
Spain	-3.91	-6.80	-1.16	1.23	-9.53	-5.18	-2.64	-9.51	-6.66
Japan	1.99	-4.39	-8.25	-4.96	-9.53	-3.81	-2.82	-7.09	-2.06
France	-2.43	-5.11	-1.32	-3.36	-6.89	-3.63	-3.02	-9.17	-6.24
Australia	-0.23	-2.61	1.25	1.71	-5.13	-2.80	-3.73	-9.73	-7.34
United States				-3.07	-11.02	-3.57	-5.78	-15.45	-8.64

* forecast.

Source: IMF (2020a), Fiscal Monitor April 2020, database.

For 2019, Table 4 shows a government debt ratio of 109% (2019) in the USA, While the government debt stock, relative to GDP, for private investors in Table 2 is only 99.6%: In 2019, the central bank held 9.4% government debt, with the forecast values for 2021 increasing the “central bank government debt ratio” to 24, Show 5%. That is a relatively high proportion of the national debt, which also brings the US state significant savings in interest. If the state actually saves 1% in the interest expenditure ratio, the average tax rate can be one percentage point lower than usual. The forecast values for 2021 indicate an increase in the “central bank debt ratio” to 24.5%. This is a relatively high proportion of the national debt, which also brings the US state significant savings in interest. If the state actually saves 1% in the interest expenditure ratio, the average tax rate can be one

percentage point lower than usual. The forecast values for 2021 indicate an increase in the "central bank debt ratio" to 24.5%. That is a relatively high proportion of the national debt, which also brings the US state significant savings in interest. If the state actually saves 1% in the interest expenditure ratio, the average tax rate can be one percentage point lower than usual.

It can be shown that quantitative easing leads to a nominal, and temporarily also real currency devaluation, as well as to a nominal and temporarily also real interest rate cut, so that this monetary policy stimulates the export balance and investment. However, in the context of quantitative easing, there should be little evidence of USD depreciation against the British pound and the euro in 2020, as the Bank of England and the ECB have also embarked on a QE monetary policy, i.e. the "European delay" in QE does not correspond to the transatlantic banking crisis.

Table 5
Government debt ratios, selected countries
in% of GDP

Gross debt position	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2019	2020 *	2021 *
Japan	64.30	95.90	137.89	176.62	207.68	231.34	237.38	251.91	247.63
Italy	101.33	119.36	109.02	106.55	119.18	135.26	134.77	155.54	150.43
United States				65.45	95.48	104.79	108.98	131.07	131.90
France	35.58	56.10	58.88	67.38	85.26	95.58	98.55	115.42	116.38
Spain	41.36	61.66	57.82	42.43	60.52	99.30	95.47	113.42	114.61
Great Britain	28.56	43.74	36.79	39.58	74.56	86.92	85.41	95.73	95.78
Germany		54.90	59.07	67.35	82.38	72.11	59.75	68.66	65.61
Australia	16.44	31.23	19.55	10.89	20.39	37.70	45.05	59.37	64.00
South Korea	13.18	8.78	16.68	25.90	29.49	37.29	40.70	46.25	49.19
Switzerland	34.35	51.50	53.47	56.10	42.55	43.01	39.34	46.43	46.36

* forecast.

Source: IMF (2020a), Fiscal Monitor April 2020, database.

According to the Fiscal Monitor, the US budget deficit ratio of 15.5% expected by the IMF for 2020 is still significantly higher than that in the Eurozone, with the 2021 deficit ratio of almost 9% in the US being relatively high, so that the US debt ratio is also expected to continue to rise in the medium term (see Table 4 and Table 5). Experience has shown that the deficit ratio cannot be reduced by more than 3 percentage points in one year, so that the US debt ratio should be around 34 percentage points higher in 2023 than in 2019, which tends to weaken the US dollar.

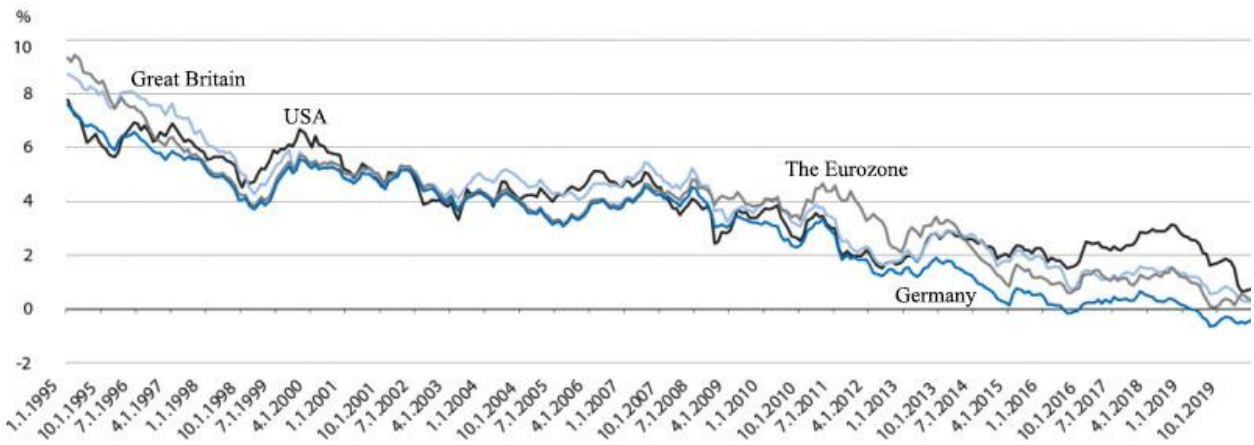


Figure 1 .Long-term nominal interest rates (government bonds) in the US, the Eurozone, Germany and the UK. Source: OECD (2020).

The long-term lowering of nominal interest rates since around 1995 has a positive effect on national debt in the USA, the Eurozone, the UK and Germany (see Figure 1). And because real interest rates have also fallen in the OECD countries, apart from the shock years 2009 and 2020, there was hardly any significant slowdown in growth in the USA and the EU in the period from 2005 to 2020.Without a second euro crisis, the economic upswing in the Eurozone is likely to be stronger than in the USA in 2021. The long-term lowering of nominal interest rates since around 1995 has a positive effect on national debt in the USA, the

Eurozone, the UK and Germany (see Figure 1). And because real interest rates have also fallen in the OECD countries, apart from the shock years 2009 and 2020, there was hardly any significant slowdown in growth in the USA and the EU in the period from 2005 to 2020.Without a second euro crisis, the economic upturn in the Eurozone is likely to be stronger than in the USA in 2021. The long-term lowering of nominal interest rates since around 1995 has a positive effect on national debt in the USA, the Eurozone, the UK and Germany (see Figure 1). And because real interest rates have also fallen in the OECD countries, apart from the shock years 2009 and 2020, there was hardly any significant slowdown in growth in the USA and the EU in the period from 2005 to 2020.In the period from 2005 to 2020, apart from the shock years of 2009 and 2020, there was hardly any significant slowdown in growth in the USA and the EU. In the period from 2005 to 2020, apart from the shock years of 2009 and 2020, there was hardly any significant slowdown in growth in the USA and the EU.

Since the nominal interest rate results from the Fisher formula as the sum of the real interest rate plus the expected inflation rate, one can conclude an expected inflation rate of barely 1% for the five years before the corona shock when considering the nominal and real interest rates in the USA (similar Considerations apply to Great Britain and the Eurozone), so that the actual inflation rates will hardly rise in the medium term. After the hard corona shock in the real economy in 2020, this applies even more to the USA, and the Eurozone.

For the USA, however, the massive increase in the US unemployment rate to more than 10% in 2020 is a considerable shock, much more so than the rise in the unemployment rate in Great Britain or Italy and Spain in the corona shock year. This is because the health insurance of employees in the USA usually depends on the job. In the midst of a pandemic situation with increased health risks, the high unemployment figures mean that millions of unemployed in the US are without health insurance; The US Congress legislation has counteracted this in part with a view to COVID19 diseases and cost assumption commitments. It should be noted that the Trump administration only fought the corona epidemic weakly compared

to many other European and East Asian countries. The corona crisis is weakening the economic position of many young people in the USA, for example in the 20 to 30 age group: for the first time since the 1930s with the global economic crisis, a majority of this group lived with their parents again in 2020 [3].

Structural populism pressures in the US

The new populism in the USA can be explained with different approaches, whereby a changed, digital, society and, in the course of the internet expansion, a politically relevant expansion of radical groups as well as a weakened basic US consensus can be observed. As for the turn of large parts of the US electorate towards populism in 2016, this development is apparently largely due to a combination of long-term, enormously rising inequality and political frustration among lower income groups: The share of the lower half of income earners in total income (market income) is in in the USA from 20% (1981) to only 13% (2015), much more than in Western Europe, for example [4].Trump's 2016 election campaign took off for the poorer electorate when he repeatedly spoke of the “forgotten men and women” in his speeches.

At the same time, survey data shows that the majority of the US citizens surveyed complain of increasing income inequality, although a relative majority does not see US politics as responsible for redistribution or social policy, but rather believes that that the big US companies should correct the growing income inequality. However, this idea is quite absurd and unrealistic, since in a shareholder economy it is not to be expected that the owners will cut board or manager salaries, as it were, out of considerations of justice, and that the lower wages of the unskilled will increase significantly. One possibility would be to increase the minimum wage. While there are also states that have raised the minimum wage, but it has been set at the federal level for many years to be in real decline. Trump's 2016 election victory relied largely on the lower half of income earners plus a relatively small group of very wealthy US citizens; the latter mainly expected tax cuts and deregulation.

Trump's tax policy has in no way resulted in an expansion of social or redistribution policy in favor of the poor; rather, Trump's tax reform policy has further increased the income shares of top earners in the USA; In addition, the proportion of US citizens without health insurance cover, even before Corona year 2020, rose from 11% to 13% compared to the Obama administration.

At the same time, for technological reasons and because of the global structural change that was triggered by the high Chinese exports of certain groups of goods, there is a tendency towards stagnation or lowering of the wages of the low-skilled [5]. In the USA, a relatively weak competition policy and, under the Trump administration, tax reform is also seen as drivers of growing inequality [6]. An IMF study [7] has shown that real economic globalization has led to lower per capita income differences between countries, but that financial market globalization has increased income differences between countries; These differences are reinforced by the expansion of information and communication technology (ICT).Globalization of the financial markets brought lower real interest rates worldwide and thus easier borrowing options for most individuals; those with relatively high incomes, usually skilled workers, and the wealthy, who can easily offer collateral for bank loans. The unskilled are therefore the losers of globalization, especially since the expansion of the ICT sector, due to technology, also brings with it an increased demand for qualified people. The real wages of the low-skilled, especially in the USA, have roughly stagnated since the 1980s, and there is also the fact that many US citizens have no or only very minimal health insurance and life expectancy in the USA is lower than in Western Europe.

The Corona Recession shock increases economic inequality

Economic Fallout resulting from the coronavirus pandemic has dealt a hefty blow to the U.S. Economy, one from which it will take years to recover from and even long to regain potential lost income (Figure 2).

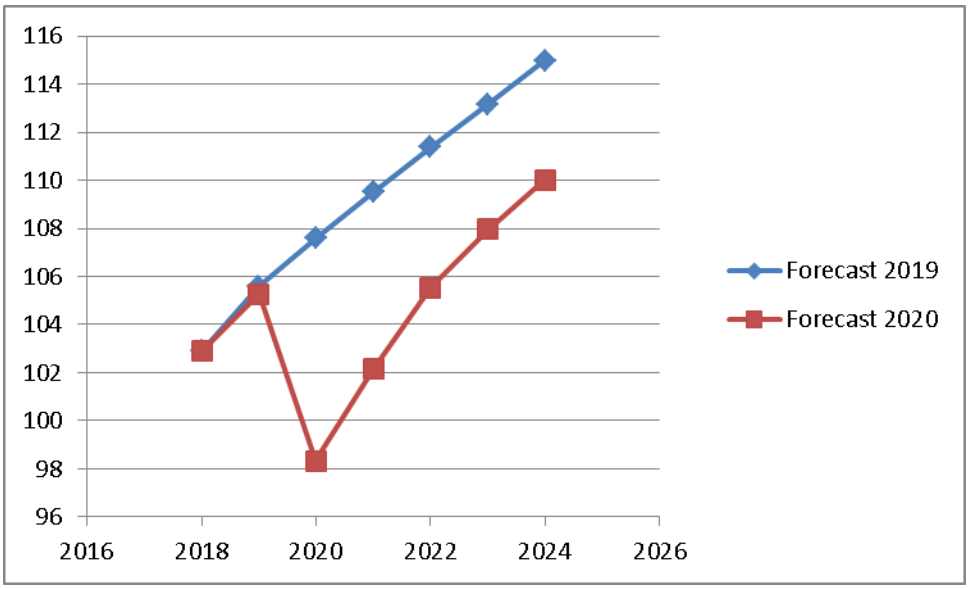


Figure 2. Absolute US GDP IMF growth forecasts relative to 2017 GDP. Source: IMF, own graph

The massive corona recession in the USA brings impoverishment for the unemployed and bankrupt self-employed in many cases, but beyond the recession shock there are also other impulses for inequality. The trend towards increased inequality in the USA, and some other OECD countries, is exacerbated by the corona shocks, as the expansion of the ICT sector, which mainly employs skilled workers, has increased due to the epidemic threat. In the corona shock year 2020, many companies in many countries have are increasingly relying on home office value creation as a strategy to reduce infection risks and to continue production; a digital expansion trend that will probably continue after 2020. In economic terms, this also means for 2020 that the digital capital stock has increased significantly at marginal costs close to zero (e.g. software usage).

This quasi-exogenous digital supply shock means in an open economy according to the Rybczynski theorem that digital-intensive production increases while the other production areas decrease in absolute terms. Since digitally increased value creation goes hand in hand with an increased product innovation rate and more price differentiation, with actual average price increases, one can also use the Stolper-Samuelson theorem, which states: If there is an exogenous price increase for a product in an open economy, then the Rise in the wages of the

production factor that is used relatively intensively in its production. So that again boils down to an increase in the wage premium for qualified employees and means for the USA as well as for Western Europe and Japan, that economic inequality is increasing due to Corona [8].

This can be countered in principle by increasing further training activities for unskilled workers, but in the 15 years after 2002, according to the OECD, the state only spent about 0.04% (Great Britain 0.01%) of GDP on further training; in Switzerland it was, with full employment, by 0.2%, in Germany by 0.25% and in the EU frontrunner Denmark even 0.6%. A study from the Netherlands showed that the social return on further training for the qualified and the unskilled is roughly the same, although the motivation for further training is relatively low for the unskilled. There are serious challenges here.

Conclusion

Even though Donald Trump did not win the presidential election, the US has remained a more polarized society than ever since 2016, economically and politically. This polarization weakens the US ability to lead internationally in the medium and long term. The EU, however, weakened by Brexit, is required to provide more political leadership and to defend the role of international organizations and multilateralism more strongly than before, provided the global economic order is to remain stable in the 21st century. Almost all OECD countries should be interested in a continuation of the rule-based world economic order. With the Brexit decision, which is peculiar from an economic point of view and which can be seen as a form of British (or English) populism, in addition to the USA under Trump, the old global leading power, Great Britain, has left the Western consensus on international economic issues that emerged after 1945.

The fact that, of all things, the free-trade Great Britain, made strikingly visible by the government under the slogan “Global Britain” under the premiers May and Johnson, after the EU referendum in 2016 increasingly sided with the openly protectionist US President Trump is also a contradiction in terms British politics. Trump has come up with an aggressive trade policy not only towards

China, but also towards the OECD partner countries and, by withdrawing from the UN climate protection agreement in Paris, sent a negative signal of cooperation on climate protection.

Due to the corona shock, the West is likely to have lost its economic influence on China and Asia, since the restart of the economy in China and the ASEAN countries, despite the ongoing trade conflicts with the USA in 2020, is apparently more successful than in the USA, EU and Great Britain. For the longer-term economic upturn in the West, in addition to the increased digital expansion, the sharp drop in real interest rates is a key impetus for the investment rate, but also for the innovation dynamic.

References

1. International Monetary Fund. (2020). World Economic Outlook Update June 2020. Imf. Available online https://data.imf.org/?sk=4c514d48-b6ba-49ed-8ab9-52b0c1a0179b
2. CBO. (2020). The Budget and Economic Outlook: 2020 to 2030. Available online https://www.cbo.gov/publication/56073
3. PEW Research Center. (2020). A majority of young adults in the US live with their parents for the first time since the Great Depression. PEW Research Center. Available online https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/09/04/a-majority-of-young-adults-in-the-u-s-live-with-their-parents-for-the-first-time-since-the-great-depression/
4. Alvaredo, F., Chancel, L., Piketty, T., Saez, E., & Zucman, G. (2017). World Inequality Report 2018. Tijdschrift Voor Geneeskunde. https://wir2018.wid.world/
5. Breemersch, K., J. D. and J. K. (2017). No Title. OECD Social, Employment and Migration Working Papers, 197. Available online http://digamoo.free.fr/breemersch17.pdf
6. Stiglitz, J. E. (2018). A Rigged Economy. Scientific American. Available online https://doi.org/10.1038/scientificamerican1118-56
7. Jaumotte, F., Lall, S., & Papageorgiou, C. (2013). Rising income inequality: Technology, or trade and financial globalization? IMF Economic Review. Available online https://doi.org/10.1057/imfer.2013.7
8. Aghion, P., & Howitt, P. (2007). Capital, innovation, and growth accounting. Oxford Review of Economic Policy. Available online https://doi.org/10.1093/oxrep/grm007
9. IMF. (2019). Article IV Consultation. Available online https://www.imf.org/en/Publications/CR/Issues/2020/08/07/United-States-2020-Article-IV-Consultation-Press-Release-Staff-Report-and-Statement-by-the-49650

10. IMF. (2020). World Economic Outlook, April 2020: The Great Lockdown. Chapter 1: Global Prospects and Policies. World Economic Outlook April 2020. Available online https://data.imf.org/?sk=4c514d48-b6ba-49ed-8ab9-52b0c1a0179b
11. OECD. (2020). Main Economic Indicators - complete database, monthly data from January 1, 1995 to June 1, 2020. Available online http://dx.doi.org/10.1787/data-00052-en

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ЧЛЕНСТВА РОССИИ ВО ВСЕМИРНОЙ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

THE ECOPOLITICAL POST-TRUMP COVID-19 LANDSCAPE OF THE UNITED STATES FROM A GLOBAL PERSPECTIVE

Кудашкин А. В.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Усиление процессов глобализации в XX веке привело к увеличению объемов международной торговли. Все больше стран начинает выходить на новые международные рынки сбыта товаров, продукции и услуг. Этот процесс обуславливает то, что рыночное участие не может быть односторонним. Препятствием на пути развития международного рынка стало стремление стран защитить собственного производителя с помощью введения тарифных барьеров, импортных квот и полного эмбарго определенных видов продукции.

Для того чтобы урегулировать правила торговли на международном уровне в 1947 г. было создано «Генеральное соглашение по тарифам и торговле», которое подписало сначала 20 стран, а потом уже и 125 стран.

В ходе Уругвайского раунда переговоров в 1994 г. было достигнуто соглашение о преобразовании ГАТТ в постоянно действующую организацию (во Всемирную торговую организацию), которая бы позволяла более оперативно решать торговые споры [1, с. 125].

Суть участия государств в Всемирной торговой организации заключается, с одной стороны, в получении облегченного доступа к новым рынкам сбыта, а это несомненный плюс. Но с другой стороны, страна, которая присоединилась ко Всемирной торговой организации, должна открыть свой внутренний рынок для стран-партнеров. А это может обернуться существенным недостатком вступления, так как она может потерять свои преимущества на внутреннем рынке, ведь ослабление тарифных ограничений, снятие или снижение квот и пошлин для стран-партнеров является обязательным условием для членства страны в ВТО [4, с. 2].

В настоящее время, в 2020 г. во Всемирной торговой организации состоят уже 164 государства.

Впервые возможность вступления Российской Федерацией в ВТО обсуждалась еще в 1995 г. Подготовка к вступлению затянулась на целых 18 лет. На этом этапе нашей стране пришлось привести законодательство в соответствии с требованиями Всемирной торговой организации.

22 августа 2012 г. РФ стала 156 страной, вступившей во Всемирную торговую организацию. На данный момент членству РФ во Всемирной торговой организации является уже 8 лет, но само участие в данной организации до сих пор вызывает много положительных и отрицательных отзывов и является предметом научных споров.

Обратим внимание на преимущества членства Российской Федерации во Всемирной торговой организации:

1. Снижение импортных пошлин по условиям Всемирной торговой организации.

Вступление Российской Федерации во Всемирную торговую организацию произошло по относительно гибким условиям, предусматривающим планомерный переход к пониженным тарифным пошлинам. В рамках соглашения был установлен переходный период 2-3

года (5-7 лет для наиболее чувствительных товаров), в течение которого должно было происходить снижение уровня импортных пошлин.

Положительным моментом здесь является то, что снижение импортных пошлин приводит к снижению цен на рынке на зарубежные товары, одновременно повышая конкуренцию среди российских производителей аналогичных товаров. То есть у российских производителей появляются новые конкуренты, в виде иностранных товаров, которые приблизительно равны по ценам, но могут быть лучше по качеству.

В РФ в 2012-2013 г. первоначальное снижение импортных пошлин в рамках Всемирной торговой организации не привело к росту конкуренции российских товаров с импортными, а наоборот отрицательно сказалось на такие отрасли как продукция сельского хозяйства, машиностроение, легкой промышленность, черная и цветная металлургия, а также электромашины, электронику и другую продукцию. То есть российские производители не были готовы поступлению более дешевых импортных товаров.

Но с 2014 года постепенное снижение импортных пошлин было нивелировано девальвацией рубля, из-за чего импортные товары стали стоить дороже, даже несмотря на снижение пошлин. В результате этого к 2017 году импорт сократился на 43% в сравнении с уровнем 2012 года. В целом же из-за снижения ввозных пошлин за 5 лет российский бюджет недосчитался 800 млрд руб.

2. Снижение экспортных пошлин.

Положительным фактором является то, что после вступления во Всемирную торговую организацию Россия может реализовывать свою продукцию в другие страны по сниженным экспортным ставкам.

Так с 2013 по 2019 год доля продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья в поставках России за границу частично увеличилась с 3,2 до 5,8%, продукции химической промышленности — с 6,1 до 5%, древесины и целлюлозно-бумажных изделий — с 1,9 до 2%, металлов

и изделий из них — с 8,5 до 10,6%, а машин, оборудования и транспортных средств — с 4,2 до 3%.

В тоже время вывозная пошлина на природный газ осталась неизменной и составляет 30%, а для нефти и нефтепродуктов сохраняется механизм определения пошлины правительством на основании средней цены на нефть марки Urals на мировых рынках.

3. Обеспечение гарантии доступа предприятий-экспортеров на мировые рынки. Эта гарантия выражена тем, что Всемирная торговая организация обеспечивает такие предприятия «замороженными» тарифами, благодаря которым эти предприятия будут иметь доступ к рынкам вне зависимости от введения ограничений странами-импортерами.

4. Возможность вести переговоры по торговым вопросам на международном уровне.

Положительным моментом по мнению большинства экспертов является то, что вступление в ВТО дало РФ право отставать свои интересы на международных рынках. Часто это реализуется через механизм по разрешению споров, регламентированный Всемирной торговой организации.

В тоже время, в рамках участия во Всемирной торговой организации РФ участвует в десяти спорах, в большинстве из которых наша страна является ответчиком. Кроме того, было проиграно 2 спора, по которым были приняты решения в августе 2016 г. Первое решение постановила, что импортные пошлины, установленные Российской Федерацией на бумагу, холодильники и пальмовое масло противоречат требованиям Всемирной торговой организации. Второе решение признало незаконным запрет на ввоз свиней и свинины из Евросоюза из-за случаев африканской чумы (данное требование было введено РФ в 2014 г. до контрсанкции).

По состоянию на 2020 год, Россия является ответчиком в 9 спорах, в 8 спорах – заявителем, а принимает участие в 81 деле. При этом в 2020 году был выигран спор России с Европейском союзе об энергокорректировках.

5. Улучшение экономического состояния России.

В ходе исследований А. А. Полубченко, К. С. Герасиной было выяснено, что членство России в ВТО способствовало не только развитию сферы торговли, но еще и позволило увеличить конкуренцию на внутреннем рынке, стало необходимым фундаментом для ведения внутренней политики в сфере регулирования внешней торговли [5]. Следовательно, можно сделать вывод о том, что благодаря вступлению России в ВТО удалось повысить уровень благосостояния населения страны.

Так же благодаря членству РФ в данной организации были снижены кредитные ставки для граждан, для представителей малого и среднего бизнеса. Это способствовало и улучшению инвестиционного климата страны.

6. Улучшение имиджа России.

Благодаря присоединению к сообществу Россия стала равноправным участником торговли, что позволило снизить барьеры для реализации торговой деятельности РФ. Были снижены протекционистские меры, отменена поправка Джексона - Вэника в США [5].

К сожалению, членство РФ во Всемирной торговой организации имеет и свои недостатки. Рассмотрим их более подробно:

1. Отсутствие подготовки кадрового потенциала страны для участия во Всемирной торговой организации.

Отрицательным моментом является и то, что в России пока не высококвалифицированных и опытных кадров и специалистов, которые могут выигрывать суды во Всемирной торговой организации. В результате проигранных судов Россия потеряло более 800 млрд рублей [5].

2. Трудности в освоении новых рынков сбыта продукции, товаров и услуг отечественными производителями.

Отрицательным фактором является то, что такое снижение экспортных пошлин не привело к освоению новых рынков сбыта. Сама структура экспорта не изменилась после вступления во Всемирную торговую организацию. Определяющим также фактором являлось то, что снижение

экспортных пошлин происходило на фоне девальвации рубля и заметного эффекта для экономики России не принесло.

3. Увеличение безработицы в России.

Вступление России во Всемирной торговой организации, увеличение импорта послужило причиной закрытия многих предприятий, сокращения штата сотрудников, что повлекло за собой рост безработицы в стране. Это отразилось и на благосостоянии населения, на его покупательской способности, на экономической ситуации в целом [5].

4. Увеличение количества нерентабельных отечественных товаров, продуктов и услуг.

Снижение импортных пошлин послужило причиной того, что многие отечественные товары, продукты и услуги потеряли свою рентабельность. Особенно это коснулось аграрного сектора, автомобильной, легкой и пищевой промышленностей. Более 90% указанных сфер не были готовы к участию в данном обществе, являлись инновационно закрытыми, неготовыми к модернизации и совершенствованию, поэтому были вынуждены уходить с рынка.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что членство Российской Федерации в Всероссийской торговой организации имеет как достоинства, так и недостатки. Вместе с интеграцией России в мировой экономикой получен ряд проблем для собственного производства вкупе со снижением государственных доходов от пошлин на ввозимые товары.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Внешнеэкономическая деятельность предприятия. Учебник под ред. Л.А. Стровского - 4 изд. перер. и доп.- М.: ЮНИТИ, 2017. – 254 с.

2. Грачева Д., Лемегова М. Россия в ВТО: экономические последствия //Информационный портал Вести-экономика, https: //www.vestifinance. ru

3. Право Всемирной торговой организации (ВТО) : учеб ник для магистров и аспирантов / В. М. Шумилов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 219 с. — Серия : Магистр.

4. Самарина В.П. Деятельность России в составе ВТО: прошлое, настоящее и будущее // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2-1.

5. Сопина Н.В., Близнюк Е.И. Преимущества и недостатки вступления России в ВТО // Ученые записки Санкт-Петербургского имени В.Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии. 2019. №1 (69). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/preimuschestva-i-nedostatki-vstupleniya-rossii-v-vto (дата обращения: 25.11.2020).

6. Манушина А. П., Иваницкая Е. Н., Котивец П. А. Анализ влияния изменений таможенно-тарифного регулирования россии после вступления в вто на экономику страны // Бюллетень науки и практики. 2018. №7. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-vliyaniya-izmeneniy-tamozhenno-tarifnogo-regulirovaniya-rossii-posle-vstupleniya-v-vto-na-ekonomiku-strany (дата обращения: 25.11.2020).

Секция 7. УПРАВЛЕНИЕ КРЕАТИВНЫМ ПЕРСОНАЛОМ

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПОСРЕДСТВОМ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДОВ

Артемьева Л.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Что на ваш взгляд является главным условием успешного функционирования предприятия? Ответ на данный вопрос очень прост. В современном мире эффективное управление персоналом является залогом успешного бизнеса в условиях высокой конкуренции и активно меняющегося рынка. Стремительное развитие технологий требует от сотрудников мгновенно адаптироваться к новым условиям, а также совершенствовать свои знания и навыки, дополнительно обучаться тому, что на первый взгляд может даже не пригодиться в той или иной сфере деятельности.

В настоящее время основной составляющей управления предприятием является не только квалификация персонала, но и эффективная система управления кадрами, которая в свою очередь способна обеспечить успешное достижение конкретного результата организации. При правильном выборе методов управления персоналом, у руководителя появляется возможность воздействовать на людей с целью улучшения производительности работы. Поэтому знание и применение методов управления персоналом является актуальной задачей руководителей в современном мире.

Человеческие ресурсы — совокупность знаний, умений, навыков и личностных качеств человека, определяющих его способность к труду[1, с.12]. Умение правильно управлять этими ресурсами способно повысить эффективность и производительность труда. В настоящее время большинство руководителей относятся к сотрудникам ни как к рабочей единице, а как к отдельной личности, которая способна своей работой, знаниями, умениями и навыками создать сложную и устойчивую систему организации.

Предприятия стараются все больше вкладывать в работников, тем самым они работают на перспективу их развития. Поэтому, как было сказано ранее, управление персоналом играет важную роль, так как оно способно повысить эффективность не только компании, но и отдельно взятого сотрудника.

В августе 2020 года эксперты международного рекрутингового агентства «KellyServices» провели исследование «От любви до ненависти: как российские работники относятся к своей работе?». В ходе данного опроса выяснилось, что 35% россиян испытывают стресс несколько раз в неделю, 27% - несколько раз в месяц, 21% - каждый день, 11% - раз в полгода и лишь 7% тех, кто не испытывает стресс на работе[2]. Самые частые причины стрессовых ситуаций представлены на рисунке 1.

Рисунок 1 – Причины стрессовых ситуаций.

Согласно данным исследования отсутствие мотивации персонала (42%) является одним из главных источников, вызывающих стресс у работников. Основными направлениями мотивации, согласно другому исследованию «Что мотивировало российских соискателей в 2018 году», обозначаются комфортная атмосфера – 39%, возможность корпоративного обучения – 50%, публичная оценка успехов – 33% [3]. В общем все эти факторы составляют социально-психологические методы.

Так что же представляют собой социально-психологические методы управления? Это конкретные способы и приемы воздействия на процесс формирования и развития коллектива, на социальные процессы,

протекающие внутри него [4, с.126]. Социально-психологические методы предусматривают два направления своей деятельности:

1. Формирование комфортной среды внутри коллектива, развитие доброжелательных отношений между руководителем и работниками, оказанием им поддержки.
2. Развитие личных способностей и умений каждого сотрудника, помощь в их развитии и направлении в нужном русле. Данный фактор помогает максимально точно изучить каждого сотрудника и подобрать конкретное место в организации, где он сможет себя максимально реализовать не только как сотрудник, но и как личность, что важно в первую очередь.

Социально-психологические методы (рисунок 2) включают в себя использование неформальных факторов, социальных интересов работника, а также сосредоточение на их личностных качествах в процессе управления персоналом [5, с.25].

Рисунок 2 –Социально-психологические методы.

Признаки социально-психологического климата:

– доверительные отношения и высокая требовательность членов коллектива друг к другу;

– доброжелательная и деловая конструктивная критика;

– свободное выражение собственного мнения при обсуждении любых вопросов, касающихся всего коллектива;

– отсутствие давления руководителей на подчиненных и признание за ними права принимать значимые для группы решения;

– достаточная информированность членов коллектива о его целях, задачах и состоянии дел при их реализации;

– удовлетворенность принадлежностью к группе;

– высокая степень эмоциональной сплоченности и взаимопомощи в ситуациях;

– принятие на себя ответственности за состояние дел в группе каждым из ее участников [6, с. 43-44].

В основе данного метода лежат законы социологии и психологии. С помощью социологических методов можно оценить место и назначение сотрудников внутри коллектива, выявить неформальных лидеров, использовать мотивацию для достижения целей, наладить внутри компании эффективную коммуникацию, создать благоприятную атмосферу внутри коллектива, предотвратить возможные конфликты и несовпадения мнений. К таким методам можно отнести: социологические исследования, оценка личностных качеств, соревнование, управление конфликтными ситуациями, оценка лидерского потенциала, анкетирование.

Психологические методы дают возможность сосредоточить внимание сотрудника на решение задач внутри компании. Тем самым выполняя задания или поручения, работник будет не только выполнять свою трудовую деятельность, но и приносить огромную пользу организации. К психологическим методам можно отнести формирование подразделений с учетом их совместимости, создание благоприятного климата внутри коллектива, проведение анализа личной мотивации сотрудников (например, тест Герчикова В.И. [7]), разработка плана развития сотрудника на короткий и длительный период, формирование корпоративной культуры и ценностей

предприятия, развитие интеллектуальных и социальных качеств работника, повышение их уровня образования и квалификации[8].

Такое разделение на социологические и психологические методы достаточно условно, так как в настоящее время сотрудник выполняет свою работу не отдельно, а в коллективе, где присутствуют различные по своим психологическим качествам люди. Соответственно, хорошему руководителю обязательно не только знать данные методы, но и уметь их применять в нужное время и в нужном месте, для повышения эффективности работы своих подчиненных.

Исходя из данных исследований, которые были представлены выше, создание комфортной атмосферы внутри коллектива является одним из важных критериев для работы и оценки эффективности руководителя. Так же благодаря данным методам возможность развить среди работников не только деловое, но и дружеское, а в некоторых случаях семейное начало увеличивается. Главное, важно в этот момент найти баланс между деловым и личным общением сотрудников между собой и с руководителем. Иначе, может случиться так, что произойдет конфликт, который приведет к непоправимым последствиям для отдельного отдела, а возможно и компании в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Исаева, Н.Ф. Методы управления персоналом: экономические, административные, социально-психологические [Текст] / Н.Ф. Исаева // Международный журнал гражданского и торгового права. - 2019.- №2.- С. 11-18.

2. Исследование «От любви до ненависти: как российские работники относятся к своей работе?» [Электронный ресурс]- URL: https://www.kellyservices.ru/blog/2020/08/ot-liubvi-do-nienavisti-kak-rossiiskiie-rabotniki-otnosiatsia-k-svoiei-rabotie (дата обращения: 20.11.2020).

3. Исследование «Что мотивирует российских соискателей в 2018 году» [Электронный ресурс]- URL: https://www.kellyservices.ru/blog/2018/09/chto-motivirovalo-rossiiskikh-soiskatieliei-v-2018-ghodu (дата обращения: 20.11.2020).

4. Павленко А.Н., Кукарцев А.В. Особенности социально-психологических методов управления персоналом корпораций[Электронный ресурс] / А.Н. Павленко, А.В. Кукарцев // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. - 2013. - Т.2 - №9. - С. 126-127. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sotsialno-psihologicheskih-metodov-upravleniya-personalom-korporatsiy (дата обращения: 20.11.2020).

5. Семина, А.П., Тихонов, А.И. Мотивация и стимулирование персонала в авиакомпании / А.П. Семина, А.И. Тихонов // Московский экономический журнал. - 2018. - №5. - С. 24-29.

6. Галенко, Е.В. Основы менеджмента[Электронный ресурс] / Е.В. Галенко, В.Л. Карлинский, Л.С. Киселева, П.А. Конев, Н.Н. Саяпина, Е.С. Чижикова // Основы менеджмента. – Н. Новгород: НОО "Профессиональная наука", 2018. -С. 234. URL: http://scipro.ru/conf/management.pdf (дата обращения: 20.11.2020).

7. Тест в рамках типологической модели трудовой мотивации В.И. Герчикова[Электронный ресурс]. – URL: http://hr364.ru/methods/gerchikov.php (дата обращения 20.11.2020)

8. Крицкая, М. Методы управления персоналом: что подходит именно вам? [Электронный ресурс]/ М. Крицкая // Электронный журнал «Контур». – URL: https://kontur.ru/articles/4396 (дата обращения: 20.11.2020).

9. Андропова, И.А. Сущность и особенности методов управления персоналом [Текст] / И.А. Андропова, М.А. Кваско // Worldscience: problemsandinnovations. - 2017.- С. 292-299.

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРИ АНАЛИЗЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ ООО «ЭНЕРГОСИЛА»

Иудина О.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Написанная статья посвящена исследованию влияния процесса «автоматизации» при анализе использования рабочего времени сотрудников. Актуальность данной работы заключается в уменьшении временных затрат работника для достижения успеха работника в отслеживаемых задачах. В данной публикации поднимается проблема продвижения цифровой экономики на предприятиях для использования анализа рабочего времени

сотрудников. Целью работы является полное раскрытие продуктивности использования рабочего времени, при помощи IT-продукта, которая имеет непосредственную связь с цифровой экономикой. Объектом исследования выступает рабочие ресурсы работников предприятия. Разработаны показатели для простоты оценки рациональности использования рабочего времени с точки зрения администрации и работника. Аргументирована необходимость оценки анализа использования рабочего времени на предприятии.

Актуальность данной работы заключается в уменьшении временных затрат работника для достижения успеха работника в отслеживаемых задачах. В данной публикации поднимается проблема продвижения цифровой экономики на предприятиях для использования анализа рабочего времени сотрудников. Целью работы является полное раскрытие продуктивности использования рабочего времени, при помощи IT-продукта, которая имеет непосредственную связь с цифровой экономикой. Объектом исследования выступает рабочие ресурсы работников предприятия.

Данная работа использует следующие методы исследования:

-Эмпирические – изучение учебной документации.

-Теоретические – изучение литературы.

Практическая значимость данной статьи заключается в автоматизации -тесно связанной с анализом использования рабочего времени.

Из всех отраслей хозяйственной деятельности человека энергетика оказывает самое большое влияние на нашу жизнь. Россия, как часть мирового социума не стоит в стороне от процессов развития энергетики.

Рассмотрим некоторые аспекты автоматизации на примере ООО «Энергосила».

Цифровая экономика – это хозяйственное производство, применяющее цифровые технологии.

РазвитиеданнойотраслихозяйствапорученоПравительствустраныназаконодательномуровне. В декабре 2016 года президент России поставил задачу Федеральному собранию о подготовке программы развития этой сферы экономики.

По Указу Президента РФ от 9 мая 2017 года № 203 “О стратегии развития информационного общества в РФ на 2017-2030 годы”, распоряжением Правительства РФ от 28 июля 2017 г. № 1632-р утверждена программа «Цифровая экономика Российской Федерации».

Рассмотрим несколько целей данной программы:

-основание экосистемы цифровой экономики России, что предполагает – данные в цифровой форме являются фактором производства во всех сферах социально-экономической деятельности, научно-образовательного сообщества, государства и граждан.

-увеличение конкурентоспособности на глобальном рынке, как отдельных отраслей экономики России, так и экономики в целом.

Цифровая экономика представлена следующими уровнями, которые в своём тесном взаимодействии влияют на жизнь общества:

-рынки и отрасли/сферы деятельности, где выявляется взаимодействие поставщиков и потребителей товаров, работ и услуг;

-платформы и технологии, где создаются компетенции для роста рынков и отраслей экономики;

-среда, которая формирует условия для прогресса платформ и технологий и эффективного взаимодействия субъектов рынков и отраслей экономики и охватывает нормативное регулирование, информационную инфраструктуру, кадры и информационную безопасность.

Концепция программы включает пять направлений. Четвёртое направление- информационная инфраструктура.

Цель: создание информационной инфраструктуры соответствующей цифровой экономике в России.

Предоставлены следующие задачи:

- развитие сетей связи, которые обеспечивают потребности экономики по сбору и передаче данных государства, бизнеса и граждан с учетом технических требований, предъявляемых цифровыми технологиями;
- формирование системы российских центров обработки данных, которая обеспечит предоставление государству, бизнесу и гражданам доступных, устойчивых, безопасных и экономически эффективных услуг по хранению и обработке данных и позволит, в том числе экспортировать услуги по хранению и обработке данных;
- внедрение цифровых платформ работы с данными;
- создание эффективной системы сбора, обработки, хранения и предоставления потребителям пространственных данных, обеспечивающей потребности государства, бизнеса и граждан в актуальной и достоверной информации о пространственных объектах.

На данный момент в обществе с ограниченной ответственностью информация передается из фирм-поставщиков, занимающихся обслуживанием электроснабжения с помощью SIP протокола.

SIP – это протокол прикладного уровня модели OSI, описывающий способы и правила установления интернет-сессий для обмена мультимедийной информацией, такой как: звук, голос, видеоряд, графика.

Сбор фактических данных может быть полностью автоматизирован – в случае, если для сбора информации о состоянии производственной линии в фирме-поставщике будут применяться разнообразные электрические датчики, которые уже по своей природе позволяют проводить преобразования физических параметров, вплоть до превращения их в данные, записываемые на машинных носителях информации, без выхода на человеческий уровень представления. Это оказывается возможным благодаря относительной простоте и однозначности физической информации, снимаемой датчиками.

Экономическое содержание задачи состоит в определении работоспособности сотрудника. При выполнении таких задач, как:

- коэффициент прогресса сотрудника при решении задач за неделю:

  Формула расчета: $M_{с.}=(К_{о.с.}/К_{ч.с.})$, где

  $M_{с.}$– коэффициент прогресса сотрудника определенного отдела;

  $К_{о.с.}$ –общее количество задач определенного сотрудника;

  $К_{ч.с.}$– выполненное количество задач сотрудником;

- среднее время выполнения одной задачи сотрудником предприятия за неделю:

  Формула расчета: $t_{ср.в.}=(\sum_i t_{в.з.})/n$, где

  $t_{ср.в.}$-время расчёта средних показателей;

  $\sum t_{в.з.}$–суммированное время выполнения задачи в общем;

  n- количество задач;

  i - сотрудник.

- расчет рабочих часов сотрудника за неделю:

  Для расчета используется следующая формула: $t_v=t_o-t_b-t_{ot}-t_{do}$, где

  t_v – отработанное время сотрудника;

  t_o – количество часов сотрудника, которые должен отработать сотрудник за неделю по договору;

  t_b – количество часов сотрудника,проведенных на больничном;

  t_{ot} - количество часов сотрудника, проведенных в отпуске;

  t_{do} - количество часов сотрудника, проведенных в административном отпуске;

- расчет заработной платы сотрудника за неделю:

  Для расчета используется следующая формула: $p=s*t_v$,где

  p - заработная плата сотрудника за неделю;

  s - ставка сотрудника за час;

  t_v – отработанное время сотрудника;

Это необходимо для поиска точек роста и уменьшения рабочего времени сотрудника. Следствием этого является увеличение скорости обработки задачи.

Расчёты - показателей производятся на основании уже готовой, сформированной, предоставленной базы фирмы – поставщика. Проделанная работа по подсчёту показателей передается заказчику, то есть фирме-поставщику в виде отчёта, на основании, которого определяется вывод по оптимизации работы. Ниже рассмотрим «Диаграмму потоков данных».

АНАЛИЗ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК ДИНАМИЧЕСКИ РАЗВИВАЮЩЕГОСЯ ЯВЛЕНИЯ

Костылева Н.В.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В широком смысле кадровый потенциал - это умение и навыки членов коллектива, которые могут быть использованы для роста компании. Развитию потенциала человеческих ресурсов уделяется много внимания: грамотный подход к этому вопросу может существенно улучшить показатели работы всей организации.

В целом, стратегия — это определенный сценарий, который позволяет достичь намеченной цели. Изначально для того, чтобы разработать такой план, нужно точно сформулировать цели развития кадрового потенциала и ответить на главный вопрос: какие ожидания предъявляются к этому ресурсу организации. Также следует понимать, что нельзя направить все средства компании на обучение персонала: это может не принести прогнозируемых результатов и существенно увеличить расходы.

Принципы развития кадрового потенциала можно сформулировать таким образом:

Стратегия должна быть основана на системе постоянного улучшения качества кадров — тщательный отбор, постоянное обучение, переподготовка и повышение квалификации.

Важно, чтобы стратегия соответствовала основным целям организации.

Планы должны быть не только реальными, но и рентабельными — исходить нужно из рыночного уровня затрат на развитие кадрового потенциала организации.

Совершенствоваться должны не только подчиненные, но и «руководящая верхушка» — важно улучшать стили управления, подбирать подходящие варианты взаимодействия с коллективом, постоянно развивать свои лидерские способности.

Выделяют несколько основных этапов формирования плана развития кадрового потенциала:[5, С. 134]

Планирование потребности в кадрах. На этом этапе важно учитывать все факторы: зависимость результатов работы от количества сотрудников, необходимость нескольких смен, количество нужных уровней управления. Следует оценить рынок труда в выбранной сфере деятельности и особенности штата конкурентов. Также важно определить не только количество сотрудников, но и уровень их профессионализма.

Определение методик развития кадров. Чтобы обеспечить максимальное соответствие возможностей сотрудников и требований к ним, важно создать оптимальные условия на рабочих местах. Часто для развития кадрового потенциала достаточно просто его раскрыть — создать благоприятную обстановку для самореализации сотрудников. Также нужно следить за условиями, которые помогут постоянно совершенствовать знания членов коллектива.

Создание системы поощрений. Чтобы каждый сотрудник был мотивирован к развитию, необходимо сформировать механизм их вознаграждения за старание и успехи. Речь идет не только о материальном поощрении: премии и прибавки к зарплате, безусловно, считаются хорошим

инструментом, однако не только таким образом можно мотивировать персонал. Участие в командообразующих мероприятиях, возможность коррекции графика работы, соревнования внутри коллектива и даже доверие небольших проектов конкретным сотрудникам — эти и многие другие методы могут использоваться в качестве вознаграждения.

Организация механизмов обратной связи. Часто руководители забывают, что отзывы сотрудников важны для того, чтобы вовремя корректировать свои действия. Если не прислушиваться к мнению подчиненных, выстроить грамотную стратегию развития будет достаточно сложно: навязанные планы часто выполняются без понимания и энтузиазма.

Трудовой потенциал работника представляет собой совокупность трудовых возможностей отдельно взятого конкретного человека, коллектива и общества в целом. Впервые это понятие в отношении к обществу стали применять в 80-90-е гг. XX века. Тогда мировые ученые принялись исследовать возможности организации предприятия в целом. Они выделили основные компоненты, которые влияют на формирование трудового потенциала. Это организованность, ассертивность, активность, состояние здоровья, профессионализм, свободное время. На самом деле, причин, влияющих на потенциал сотрудника, масса. Это объективные и субъективные понятия. Важно понимать, что трудовой потенциал является объединением духовных и физических качеств сотрудника. [3 С. 211]

Интересно, что трудовой потенциал является динамически развивающимся явлением. Он видоизменяется в соответствии с увеличением опыта, влиянием на человека факторов окружающей среды. Выделяют объективное снижение трудового потенциала, которое связано со старением человеческого организма, ухудшением состояния здоровья, снижением остроты интеллекта. Наоборот, повысить данный показатель можно с помощью получения образования, повышения квалификации.

Взаимодействие работников в процессе совместного труда повышает трудовой потенциал коллектива как единого целого. Естественно, каждый

руководитель желает извлечь максимум возможностей своих сотрудников. Для этого грамотный руководитель старается создать все необходимые благоприятные условия, чтобы работники имели желание и возможность «выкладываться» на работе.

Понятие потенциала всего трудового общества является более широким. Оно объединяет в себе возможность вовлечения трудоспособного населения страны в производство. Под таким населением подразумеваются мужчины в возрасте от 16 до 64 лет и женщины от 16 до 59 лет. Таковы объективные трудовые ограничения, которые напрямую влияют на потенциал персонала и организации. [4, С. 130]

В достаточной мере определить текущее состояние кадрового потенциала конкретной организации помогут периодические аттестации. Они позволяют установить соответствие кадрового потенциала коллектива объему, сложности и качеству выполняемых процедур, где каждый отдельно взятый человек играет особую роль. Для этого создается комиссия, которая определяет уровень возможности конкретной личности и предприятия в целом. Если потенциал организации достаточно велик, то перед руководителями встает необходимость создания оптимальных условий для продвижения по службе и расширения профиля производства.

Методик развития кадровых ресурсов очень много. Их выбор всегда зависит от целей и возможностей компании. Также учитывается количество персонала и взаимоотношения в коллективе.

Все основные методы можно разделить на такие категории:

Обучение. Этот инструмент позволяет восполнить пробелы в знаниях, изучить узкую информацию для работы, узнать новые данные в выбранной сфере. В качестве обучения могут быть организованы занятия внутри компании, различные практики и курсы с помощью других учреждений, программы обмена и другие варианты учебы на работе.

Индивидуальное развитие. Применяется в качестве инструмента для совершенствования отдельных членов коллектива, например, при подготовке

к переводу на более высокие должности. Коучинг и другие формы индивидуального развития могут применяться в небольшой группе людей, например, одного структурного подразделения. Подразумевается определение индивидуальных целей, работа с сильными и слабыми сторонами, улучшение личностных качеств.

Управление развитием кадрового потенциала и эффективностью работы. Эти методики направлены на определение реализации возможностей сотрудников на рабочем месте. Во время таких практик можно выяснить, как организовать условия для раскрытия их способностей.

Также существуют способы, которые позволяют оценить и эффективность организационной культуры компании. Возможно, вопрос развития кадрового потенциала нужно решать на более высоком уровне.

Основные ошибки

Практически в любой компании принимают стратегию развития потенциала сотрудников. Часто в этом случае допускаются одни и те же ошибки: их можно исправить, тем самым сделать стратегию дееспособной. Итак, основные ошибки: [1, С. 120]

Непонимание сути термина «потенциал». Многие руководители считают, что речь идет о сверхъестественных способностях сотрудников, поэтому начинают предъявлять завышенные требования ко всем подчиненным. Важно как можно раньше понять, что потенциал — это комплексное понятие. При этом оцениваются общие ресурсы всех членов коллектива.

Много внимания уделяется «особо перспективным» сотрудникам. В этом случае происходит несправедливость: подчиненные начинают ощущать неравноправие, а члены коллектива, способности которых не лежат на поверхности, могут так и не раскрыться во время работы.

Программа написана по шаблону. Конечно, если важно просто наличие документа, тогда можно написать его по примеру других организаций. Однако если нужна конкретная стратегия, то необходимо сделать ее

подходящей для реальной организации. Для этого следует собрать информацию о компании, на основании которой и принимать планы по развитию кадрового потенциала.

Мало внимания уделяется мотивации сотрудников. Развитие должно инициироваться не только извне, но и подкрепляться внутренними желаниями. Если у подчиненных не будет понимания, для чего им расти и развиваться, то все старания руководства останутся безрезультатными. [3, С. 113]

Развитие — это всегда динамический процесс, который приводит к переходу в новые, лучшие формы. То есть в случае с кадрами речь идет об улучшении качества работы сотрудников, их профессиональном росте, повышении квалификации и конкурентоспособности. Для этого работодателю важно быть готовым вкладывать в процессы развития кадров как средства, так и силы.

Руководству важно здраво оценить свои возможности и продумать подходящую стратегию: выбрать оптимальный способ управления трудовым потенциалом. Кроме того, следует заинтересовать этой идеей самих сотрудников, чтобы они также были мотивированы в собственном профессиональном росте.

В вопросе развития кадрового потенциала руководители и подчиненные должны стать в некотором роде командой: только при взаимном желании развиваться и совершенствоваться организация будет двигаться к достижению целей высокими темпами.

Далее рассмотрим использование кадрового потенциала в условиях кризиса. Антикризисная программа в организации в обязательном порядке затрагивает систему управления персоналом. В системе управления персоналом менеджеру важно знать особенности своего персонала, причины затрудняющие и осложняющие его работу, а также условия, при которых персонал будет работать эффективнее.

В рамках антикризисного плана анализа персонала выявляются следующее:

- совпадение организационной структуры с целями и задачами организации;

- соответствие структуры персонала с перспективами организации плане расширения или уменьшения;

- степень конфликтности коллектива;

- уровень групповой сплоченности сотрудников;

- сущность организационной культуры;

- участие работников в системе управления.

При изучении кадровых процессов в организации, где идет процесс разработки антикризисного плана, принято выделять следующие задачи:

- определить степень эффективности управления трудом;

- охарактеризовать прогрессивность управления трудом;

- определить элементы прогресса и регресса системы управления персоналом;

- определить уровень готовности коллектива к внедрению изменений.

Показателем эффективности использования сотрудников является показатель затрат на содержание кадров. Среди таких показателей следует отметить общий уровень затрат на рабочую силу, долю затрат на сотрудников в структуре себестоимости продукции.

В условиях кризиса важно учитывать показатели производительности труда сотрудников, поскольку этот показатель отражает успешность системы управления персоналом в целом. Кроме того, важно учитывать психологический климат коллектива, степень удовлетворенности сотрудников своей работой, готовность к изменениям, уровень развития корпоративной культуры.

Важными методами работы с персоналом являются методы, направленные на преодоление сопротивления персонала организационным изменениям. Выбирая конкретный метод, следует учитывать степень

сложности планируемых изменений, а также готовность персонала к их принятию.

Эффективное управление человеческими ресурсами помогает в короткие сроки достичь стратегических целей, создать условия для экономического роста и развития предприятия. Сотрудники рассматриваются в качестве основного объекта, позволяющего занять первые позиции в конкурентной борьбе. Из этой статьи вы узнаете: как организовать управление человеческими ресурсами; каковы основные функции управления человеческими ресурсами; какие методики используются в сфере управления человеческими ресурсами предприятия. Как организовать управление человеческими ресурсами

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Одегов, Ю.Г. Управление персоналом / Ю.Г. Одегов, П.В. Журавлев. – М.: Финстатинформ. 2019. – 315 с.
2. Половинко, В.С. Управление персоналом: системный подход и его реализации / В.С. Половинко. – М.: Информ-Знание, 2018. –.450 с.
3. Ричи, Ш. Управление мотивацией: учеб. пособие: пер. с анг. / Ш. Ричи, П. Мартин. – М.: ЮНИТИ, 2018. – 399 с.
4. Рожкова В.В. Управление производительностью труда / В.В. Рожкова. – М.: Юнити, 2018. – 315 с.
5. Спивак, В.А. Организационное поведение и управление персоналом / В.А. Спивак. – СПб: Питер, 2018. – 346 с.

РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ И УПРАВЛЕНИЕ КРЕАТИВНЫМ ПЕРСОНАЛОМ

Крутикова Р.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность темы управления креативным персоналом обуславливается тем, что креативная индустрия в современном обществе является одним из самых перспективных секторов для РФ. Драйвер развития экономики заметно смещается из сырьевых отраслей в отрасли творческие и креативные. Еще несколько лет назад люди, которые посвятили свою жизнь творчеству, воспринимались обществом не серьезно. Сегодня это большой бизнес, за которым стоят огромные инвестиции и значимая доля валового национального продукта.

Креативные или творческие индустрии (Creative Industries) - виды деятельности, в основе которых лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант, и которые могут создавать добавленную стоимость и рабочие места путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности. К творческому сектору относят: рекламу и маркетинг, архитектуру, ремесла, дизайн, кинематографию, it-сферу, музеи, галереи, музыку и другие области, которые прямо или косвенно связанны с креативной деятельностью. [1]

По официальным данным, доля креативных индустрий в городах, региональных столицах России не уступает международной статистики. Табл.1 Доля креативной индустрии уже составляет 4,37% ВВП страны, или, в натуральном выражении, более 4,8 триллиона рублей.

Таблица 1.

Сравнение доли креативных индустрий в разных странах

Страна/Город	**Доля креативной индустрии**
Великобритания	14%
Германия	10%
Россия:	
Москва	19%

Санкт-Петербург	12%
Иваново	12%
Тюмень	9%

Источник [2]

Таким образом, в России доля креативной индустрии показывает высокие значения. Эти цифры конкурентоспособны с городами мира, и это говорит о том, что, действительно, креативная индустрия - одно из перспективных быстрорастущих направлений.

К творческому сектору ранее было отмечено, относят it-сферу. В современном обществе информационные технологии стали основным фокусом внимания любой организации. Деятельность IT является источником инноваций и конкурентным преимуществом. Проблемой организаций является удержание таких сотрудников. Растет спрос на it-специалистов, но не все руководители знают, как мотивировать креативных сотрудников для эффективной деятельности предприятия.

С целью выяснения общественного мнения по вопросу мотивации был проведен опрос в крупнейшей российской компании цифровых услуг ПАО Ростелеком. Всего было дано 1050 ответов. Варианты ответов предлагали участники опроса самостоятельно.

Рисунок 1. - Результаты внутренней мотивации сотрудников IT.

Стимулы, которые оказались выше денежной составляющей: интерес (28%), хорошая команда (16%), удовольствие (13%). Также на мотивацию it-специалистов влияют такие факторы, как перспективность дела, минимальный контроль со стороны руководства, полезность и моральное удовлетворение от работы. Мотивация It-сотрудников важна в организации, так как статистика показывает утечку данных специалистов из российских компаний в другие страны.

Рисунок 2

Рисунок 2.

Рисунок 2. – Структура специалистов, желающих уехать за границу [3]

В России с трудом закрывают вакансии в сферах продаж, IT и менеджмента. Нельзя допускать утечку ценных «цифровых талантов», иначе переход России к экономике знаний сильно замедлится.

В компаниях должны появиться менеджеры или продюсеры креативных индустрий, которые смогут разговаривать на одном языке и с творческим сотрудником, и с инвесторами, а также соединять их между собой. Тогда в регионе появятся профессионалы, которые смогут довести инновационные продукты до настоящего экспортного товара.

На форуме «Сильные идеи для нового времени» прозвучала такая фраза: «Раньше люди перемещались туда, где есть работа, а сейчас компании перемещаются туда, где есть таланты». Данное высказывание отражает

тенденцию в инвестирование развитие талантов и поддержание данного направления экономикой страны. [4]

В российской системе развития талантов существует проблема их удержания. Россия формирует молодежь, но происходит так, что молодые специалисты уезжают реализовывать свой потенциал в страну - конкурента. Необходимо грамотно простроить систему удержания талантов в стране после окончания институтов. Например, организовать:

- Вовлечение молодежи в инновационные практики, проекты;
- Курировать между уровнем образования и выхода на рынок труда;
- Профессиональные конкурсы и олимпиады.

Если говорить про удержание талантов в организации, то Леонид Фейгин – креативный директор брендинговой компании Direct Design Visual Branding (DDVB) считает, что мотивация строиться на вовлеченности личности. Когда человеку интересно, он будет работать. У него есть несколько принципов, которые он использует в своей работе по отношению к своим сотрудникам:

1. Необходимо давать людям свободу, чтобы они чувствовали вызов к поставленной задаче.

2. Креативный сотрудник должен чувствовать «вкус крови». Вы должны давать ему побеждать, если он будет проигрывать, т.е. не справляться с заданиями или проектами, которые вы ему поручаете, то он не готов будет остаться с вами в команде.

3. Руководителю необходимо быть одержимым своей идеей. Если вы горите проектом компании, целью, стратегией, то вам будет легче мотивировать других и люди будут с огнем в глазах тянуться к вам и вашей компании.

4. Моментальная обратная связь сотруднику о его работе.

5. Руководитель тоже совершает ошибки. Если вовремя признать их, то люди ради больших целей и ценностей готовы прощать мелкие погрешности. [5]

Личное отношение к развитию креативности сформировалось следующим образом: прежде всего креативность - это роль личности. Например, Генри Форд - это личность, который создал автомобильную промышленность в США, Антонио Гауди это личность, который создал архитектурные объекты Барселоны. Дмитрий Иванович Менделеев - это личность, который открыл периодический закон химических элементов. Это конкретные люди, без которых этого не было бы. И в отношении креативных индустрий роль личности первично. Если мы развиваем креативную индустрию надо менять свои представления о роли личности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гнедовский М. Творческие индустрии: политический вызов для России // Отечественные записки: журнал литературный, политический, учёный 2001-2014.URL: https://strana-oz.ru/2005/4/tvorcheskie-industrii-politicheskiy-vyzov-dlya-rossii (дата обращения: 14.11.2020).
2. Креативная экономика городов России, АСИ, 2020 г. URL: https://asi.ru/ (дата обращения: 14.11.2020 г.)
3. Исследование Deciding global talent, 2018 г. URL: https://www.bcg.com/publications/2018/decoding-global-talent (дата обращения: 22.11.2020 г.)
4. Форум «Сильные идеи для нового времени», 2020 г. URL: https://ideas-forum.ru/ (дата обращения: 22.11.2020 г.)
5. Форум «SYNERGY MANAGEMENT CAMP», 2019 г. URL: https://bhags.ru/articles (дата обращения: 22.11.2020 г.)

ЗНАЧЕНИЕ КРЕАТИВНЫХ СОТРУДНИКОВ НА ПРИМЕРЕ ЦЕНТРА ПЕРЕРАБОТКИ И ПРОДАЖИ ИЗДЕЛИЙ ИЗ ДЖИНСОВОЙ ТКАНИ «ЖИВОЙ КИТ»

Кузнецова М.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В мире продается и покупается невероятно много одежды. Каждый год большая часть купленных вещей оказывается на свалках, и их дальнейшая судьба мало кого волнует. Технологии в этой отрасли мало изменились за прошедшие десятилетия, и они наносят еще более непоправимый вред экологии, чем вещевой мусор. Так для производства одной пары джинсов уходит около 8000 литров воды (данные были взяты из [1])! Человек выпивает такое количество воды за 6 лет! При этом производство одежды с каждым годом увешивается-а это влияет на изменение климата. А Способы окрашивания тканей в настоящий момент сложно назвать щадящими окружающую среду. До 20% агрессивных химических красителей тканей сейчас попадают в водоемы развивающихся стран, на территории которых расположены фабрики по производству тканей и одежды, данные взяты из источника [2]. Тем самым загрязняются реки, моря, океаны; вымирают многими виды животных.

Изучив данную проблему было решено создать центр по переработке джинсовой ткани. Была сформулирована следующая цель - уменьшить спрос людей на новые джинсовые товары, предлагая им креативные товары из старых джинсовых вещей; учить людей, что как можно давать новую жизнь старым джинсовым вещам.

На основании поставленной цели, было решено организовать сообщество самозанятых «Центр переработки и продажи изделий из джинсовой ткани «Живой кит»» (рис.1). Были поставлены следующие задачи, направленные на реализацию данного проекта:

1) Организация пунктов сбора джинсы (куда мог бы прийти любой желающий и сдать старые либо ненужные джинсы);

2) Размещение информации о том, что можно сдать джинсовую ткань на переработку;

3) Переработка полученного материала и изготовление из него новых товаров (шопперов, рюкзаков, прихваток, гамаков, пеналов, и др.);

4) Реализация (продажа) изготовленных товаров.

4) Реализация (продажа) изготовленных товаров.

Рис.1. Официальный логотип «Центра переработки и продажи изделий из джинсовой ткани «Живой кит»». Источник: собственная разработка автора.

Организация пунктов сбора джинсовой ткани должна быть доступной. Было бы очень удобно ставить ящики для сбора в пунктах приема вторсырья. В Нижнем Новгороде этим занимаются такие кампании, как «Исток». Кроме того, с широким участием волонтеров действует проект «РазДельно», а в ТЦ Мега в «Экодоме» установлены ящики для сбора вторсырья. Поговорив с руководителями «Экодома», было выяснено, что они готовы сотрудничать с «Центром переработки и продажи изделий из джинсовой ткани Живой кит»»

и установить у себя ящик для приема джинсов. Поэтому вопрос из этой задачи можно считать решеным.

Но появляется другая задача: как люди узнают о данном проекте? На основании этого, было принято решение разместить рекламу в социальных сетях («Instagram» и «ВКонтакте») и сделать официальные сообщества проекта. Кроме этого необходимо создание официального сайта.

Третья задача проекта связана с переработкой полученного материала и изготовления из него новых товаров. Чтобы сделать эту часть проекта качестве и придать конечному товару конкурентные преимущества, необходимы креативные сотрудники. Конечно самые главные вопросы, которые были поставлены в проекте связан с его участниками. Было решено, что его работниками в производственной сфере будут социально незащищенные слои населения, обладающие креативностью или готовые ее развивать. При этом необходимы и дизайнеры, которые будут придумывать новую и оригинальную продукцию. В данном проекте было предусмотрено, что сотрудники могут выполнять свою работу удалено. Это очень удобно, например, для мам в декрете. Заработная плата сотрудников будет сдельной, либо люди зарегистрируются как самозанятые (с уплатой налогов на профессиональный доход) и для развития проекта под указанным брендом будет формироваться общий фонд — варианты рассматриваются.

Успех любого бизнеса сегодня во многом зависит от «качества» персонала, уровня его развития. Это подтверждается тем фактом, что все большую ценность на рынке труда приобретают не только профессиональные знания, но и умение их приобретать и адаптировать к реальной профессиональной ситуации. Для любой организации необходимыми становятся именно те сотрудники, которые готовы профессионально развиваться, приобретать новые компетенции, проявлять творчество в своей профессиональной деятельности. То есть речь идет о новом типе персонала – креативном персонале [4].

Использование и развитие в рамках организации креативного персонала является для российской практики относительно новым трендом. Этот вид персонала требует и нового подхода к трудовой мотивации. Для внедрения новой системы мотивация было важно пройти этап рутинизации и алгоритмирования рабочих процессов, накопить и использовать высококвалифицированную рабочую силу, высококвалифицированный менеджмент и т.п. [3]

При изучении [3], было выяснено, что сейчас творческую составляющую персонала компании рассматривают в качестве отличительного конкурентного преимущества. Когда речь идет о креативном персонале многие механизмы трудовой мотивации требуют пересмотра. Считается, что для повышения эффективности труда и увеличения его производительности нужно вознаграждать работника за хороший результат и наказывать за плохой. Такой механизм поощрения работает в большинстве случаев, когда речь идет об исполнении сотрудником алгоритмируемых типовых трудовых задачах [3].

Именно поэтому необходимо инвестировать средства в программы обучения и повышения квалификации, которые в перспективе станут инструментом удержания работников и повышения их лояльности к компании. Поэтому проект предоставляет возможность сотрудникам обучатся на курсах по направлению: дизайнер одежды, аксессуаров; курсы шитья. Кроме этого важно предоставлять работнику интересную работу, ведь это лучшее, что может раскрыть талант работника.

Следуя этому принципу предпочтительнее брать человека, которому не безразлично состояние окружающей среды, который готов работать ради изменения экологической обстановке в мире. Для таких сотрудников работа в проекте «Центр переработки и продажи изделий из джинсовой ткани «Живой кит»» будет целой жизнью, а не просто способом заработка. Такие работники будут готовы самосовершенствоваться, улучшать свои навыки для достижения целей организации. Для них мотивацией будет служить тот факт,

что их работа ценна для всего общества. Эта мотивация является внутренней, поэтому необходимо развивать и пропагандировать ее и, хотя бы на уровне организации. Но стоит признать, что этот вид мотивации присущ не каждому, да и для тех, у кого он есть порой этого недостаточно. По этой причине нельзя исключать и материальное стимулирование сотрудников, например, за новую, оригинальную разработку или за создание дизайна товара, на который было больше всего спроса.

В заключении хочется сказать, что на примере проекта «Центр переработки и продажи изделий из джинсовой ткани "Живой кит "» было подчеркнуто, что творческий персонал играет ключевую роль, благодаря им товары приобретают конкурентные преимущества. Эффективность реализуемого проекта связана еще и с тем, справится ли менеджер с многообразием нестандартных ситуаций, возникающих в процессе работы, и будет ли он готов найти баланс между структурой и свободой, и тем самым, добиться важного конкурентного преимущества для организации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Еженедельная информационная программа «РОСБАТЛ» URL: https://www.rosbalt.ru/style/2009/12/23/699623.html (дата обращения: 25.11.2020).

2. Три способа помочь экологии, страдающей от индустрии моды URL: http://2035.media/2018/03/28/fashion-ecology/ (дата обращения: 25.11.2020).

3. Синева Н.Л., Яшкова Е.В., Перова Т.В. Управление системой креативного менеджмента (менеджмента творчества персонала) как фактор формирования конкурентных преимуществ инновационной организации // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ», 2014. №5. – С. 1-9.

УПРАВЛЕНИЕ КРЕАТИВНЫМ ПЕРСОНАЛОМ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Любимцева Д.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Зайдя сегодня на HeadHunter - один из самых крупных сайтов по поиску работы и сотрудников в мире, нельзя не заметить, что подавляющее большинство проверенных работодателей имеют схожие ожидания относительно сотрудников, которых они хотели бы нанять. Каждая вторая компания, заинтересованная в увеличении прибыли и конкурентоспособности в своем рыночном сегменте, в современных реалиях ищет работников, которые отличались бы такими ключевыми навыками и умениями, как:

- владение аналитическим и стратегическим мышлением;
- умение проявлять гибкость и толерантность в различных ситуациях;
- умение творчески подходить к решению актуальных задач;
- способность быстро обучаться и легко воспринимать крупные объемы информации;
- мотивированность, инициативность и высокая энергичность;
- многозадачность и т.д.

Иными словами, российский рынок труда сегодня характеризуется повышенным спросом работодателей на креативный персонал.

Однако, начиная с момента вхождения долгожданного креативного сотрудника в трудовой коллектив организации и по мере его обоснования в ней, среднестатический российский руководитель, характеризующийся преимущественно директивным стилем управления и нездоровой любовью к применению «метода кнута и пряника» по отношению к своим работникам, начинает испытывать трудности в управлении совершенно новым для него видом сотрудника. Бесперебойно работающие на протяжении многих лет стандартные механизмы управления персоналом дают сбой и не оказывают

ожидаемого воздействия на креативного сотрудника. В результате, многие руководители, не желающие мириться со сложной природой представителей креативного класса, осознавая свою беспомощность, вытесняют их из организации любыми возможными способами. Как следствие, в связи с этим организации лишаются той пользы, которую в перспективе мог бы принести живой креативный ум.

Из всего вышесказанного вытекает следующая проблема: большинство российских работодателей осознают необходимость сотрудничества с креативным персоналом в современных условиях, но лишь единицы понимают, как грамотно управлять им, чтобы извлечь из него максимальную выгоду.

Решение данной проблемы позволит любому руководителю той или иной организации достичь взаимопонимания в отношениях с креативным персоналом и повлиять тем самым на ключевые показатели эффективности ее деятельности. Понимание природы креативного класса людей и умение эффективно сотрудничать с ними – одна из важнейших целей бизнеса в наши дни. Компании, которые быстрее других научатся находить общий язык с креативным персоналом, окажутся наиболее прибыльными и конкурентоспособными, поскольку креатив являлся, является и будет являться двигателем успешного бизнеса.

Для решения выявленной проблемы каждому руководителю, который осознал необходимость в сотрудничестве с креативным классом людей, следует последовательно выполнить ряд задач:

1. Изучить информацию о креативном сотруднике, его сущности, особенностях и отличиях от среднестатистического работника.

2. Проанализировать достоинства сотрудничества с креативным работником: оценить, какую пользу он может принести организации.

3. Выявить и проанализировать трудности, с которыми может столкнуться среднестатистический российский руководитель той или иной компании, принимая в трудовой коллектив креативного сотрудника.

4. Изучить и внедрить в существующую в организации систему управления персоналом наиболее эффективные методики и механизмы воздействия на креативных сотрудников.

5. Оценить эффект от внедрения выбранных методик и механизмов.

Рассмотрим более детальное описание каждого из вышеперечисленных этапов.

Первым шагом на пути к пониманию сущности креативного персонала является ответ на вопрос «Кто такой креативный сотрудник?». Его можно сформулировать исходя из понимания термина «креативность».

Под креативностью понимается способность порождать необычные идеи, отклоняться в мышлении от традиционных схем, оперативно и грамотно разрешать проблемные ситуации. Креативность охватывает некоторую совокупность мыслительных и личностных качеств, позволяющих быстро генерировать и реализовывать на практике множество идей.

Понимая суть данного термина, нетрудно догадаться, кто же такой креативный сотрудник – это сотрудник, обладающий определенным набором мыслительных и личностных качеств, позволяющих ему в различных проблемных ситуациях быстро находить нестандартные решения и претворять их в жизнь.

Наиболее полное описание сущности креативного сотрудника дает директор кадрового агентства «SuperAgent» Светлана Долгова. По ее мнению, креативным сотрудником является тот, кто способен размышлять и анализировать ситуацию, не принимает на веру чужое мнение и всегда ищет самые оптимальные и оригинальные пути решения задач. Она утверждает, что творческий сотрудник отличается от обычного исполнителя тем, что способен рассмотреть ситуацию под другим углом, не боится высказать самые парадоксальные идеи и имеет желание любой ценой достичь цели, чтобы увидеть результаты своей работы.

Кроме того, директор кадрового агентства описывает особенности поведения, по которым можно распознать креативного сотрудника:

1. Творческий сотрудник получает удовольствие от самого процесса поиска решений, созидания чего-то абсолютно нового.

2. Креативный сотрудник не боится быть смешным: он понимает, что даже самые серьезные вещи выиграют, если внести в них толику юмора.

3. Творческий сотрудник всегда доброжелателен и терпим по отношению к своим коллегам и самому себе.

4. Креативный сотрудник проявляет творчество даже в самой рутинной работе, неформально подходит к выполнению своих обязанностей, тем самым оптимизируя работу и делая ее более насыщенной, содержательной и интересной.

5. Творческий сотрудник заряжает своим энтузиазмом всех, кто с ним взаимодействует.

Не менее важным шагом на пути к эффективному сотрудничеству с креативным персоналом является осознание того, зачем он нужен той или иной конкретной компании. Руководитель на данном этапе должен ответить на следующий вопрос: «Какую пользу моей организации может принести креативный сотрудник?».

Ответ на данный вопрос можно получить исходя из понимания того, какую роль креативность играет в развитии и расширении производства и бизнеса в целом. Любой рынок, будь то производство продуктов питания или разработка новейшего программного обеспечения, развивается и растет за счет новаторства, и именно здесь творческие замыслы конвертируются в прибыль. Без креативных сотрудников любая организациявынуждена использовать идеи других компаний, а поскольку идея позаимствованная, она оценивается на рынке соответствующим образом, и, как следствие, компания, ее использовавшая, получает меньшую прибыль по сравнению со своими конкурентами-новаторами.

Из всего вышесказанного следует, что любой организации нужны креативные сотрудники, поскольку их креативность является двигателем производства и бизнеса. Выходя за рамки традиций и ломая стереотипные

установки, они создают новые продукты и распространяют их среди масс самыми необычными способами.

Креативность – это, несомненно, полезный дар, однако сотрудники, наделенные им, во многом отличаются от рядовых исполнителей. Как следствие, общепринятые стандартные методики и механизмы управления персоналом, разработанные в прошлых столетиях, на практике оказываются полностью или частично неспособными направить энергию креативного сотрудника в нужное русло. В связи с этим, фундаментальным шагом на пути к эффективному управлению креативным персоналом является выбор наиболее оптимальных методов воздействия на него.

Прежде чем модернизировать систему управления персоналом в компании так, чтобы она отвечала требованиям креативного класса людей, любому руководителю следует знать о том, с какими трудностями может столкнуться среднестатический российский управленец, начиная сотрудничать с креативным персоналом.

Как известно, в бизнесе множество креативных профессий – дизайнеры, архитекторы, event-менеджеры, журналисты и т.д. Люди, преуспевающие в них, имеют общие характерные черты, которые приводят в замешательство кадровиков старой школы управления:

1. Креативному сотруднику трудно вписаться в корпоративную культуру организации, где подавляющее число работников – рядовые исполнители. Его взгляды на жизнь и работу во многом отличаются от общепринятых убеждений, поэтому творческому сотруднику тяжело адаптироваться в среднестатистическом российском трудовом коллективе.

2. Творческому сотруднику тяжело отказаться от своих идей. Если дизайнеру интерьера пришло в голову, что розовые стены будут отлично сочетаться с желтым полом, заставить его пересмотреть свое решение не сможет даже самый профессиональный манипулятор.

3. Креативный сотрудник вносит смуту в коллектив. Своей основной и единственной задачей творческий сотрудник видит создание

новой идеи и ее реализацию. Рутинную работу он не признает. Нередко можно наблюдать картину, как высококлассный программист большую часть рабочего времени играет в видеоигры, а после к дедлайну презентует отличный программный продукт. Всё это происходит на глазах у рядовых исполнителей, которые вынуждены на постоянной основе писать отчеты, предоставлять статистику и т.д.

4. Творческий сотрудник стремится выделяться во всём. Нестандартный подход, определенно, ценится, но в большинстве случаев он не применим в отношении офисных правил и стандартов корпоративной культуры. Привычка креативного сотрудника быть особенным может выражаться в регулярных опозданиях, несоблюдении дресс-кода и перекусах в рабочее время. Это также формирует недовольство у рядовых исполнителей-коллег и бьет по организационной дисциплине.

В связи с тем, что описанные выше проблемы являются весьма распространенным явлением в российской среде, большинство владельцев компаний не готовы относиться к креативным сотрудникам иначе, чем к остальному персоналу. Максимум, на что они идут, - предоставить творческому персоналу возможность самостоятельно составлять график работы. Также наиболее прогрессивные российские бизнесмены часто практикуют вывод сотрудников за штат компании по причине снижения налоговых выплат и для сокращения расходов на кадровую службу.

Однако подобные решения руководителей компаний воспринимаются креативными сотрудниками либо как попытки уравнять их с рядовыми исполнителями, либо как желание избавиться от них. Это постепенно приводит к тому, что креативные сотрудники в масштабах всей России начинают ощущать себя недооценёнными и немотивированными. В связи с этим уже сейчас можно наблюдать массовый отток креативного персонала с российского рынка труда на международный, который образует дефицит креативных сотрудников в России. Вследствие этого возникает проблема

текучки источников творческой энергии из российского бизнес-пространства.

Какие же коррективы следует внести руководителю компании в систему управления персоналом, если он нацелен на плодотворное сотрудничество с креативными работниками и их удержание? Иными словами, какие действия руководства побуждают креативных сотрудников творить?

1. Признание. Творческим личностям присуще самодовольство. Если руководитель демонстрирует неподдельное восхищение при виде плодов их труда, они готовы работать даже бесплатно. А если облачить признание также в материальную форму, то эффективность креативного сотрудника возрастет в разы. Кроме того, следует придавать значение не только результату труда творческого работника, но и процессу. Регулярное напоминание о том, как велик его вклад в общее дело компании, повысит его самооценку и мотивацию.

2. Теплое отношение руководства. Начальник должен стать товарищем, поклонником и музой для креативного сотрудника, поскольку творческая личность никогда не будет творить для того, кто пытается ей командовать.

3. Комфортное рабочее место. Позволить креативному сотруднику самостоятельно оформить свое рабочее место – первый шаг на пути к формированию его приверженности к компании. Кроме того, одного рабочего места может быть недостаточно: следует обращаться к творческому сотруднику за советом и при оформлении всего рабочего пространства организации в целом.

4. Минимум рутинной работы. Креативный сотрудник не любит заниматься рутинной работой. Если руководитель часто поручает ему рутинные дела, рано или поздно это может привести к угасанию креативной энергии творческой личности и ее демотивации.

5. Минимум вмешательства в трудовой процесс. Креативные сотрудники отличаются повышенной самостоятельностью и осознают всю

степень ответственности за порученное задание, поэтому у руководителя нет необходимости контролировать их. Они сами знают, что и как им следует сделать.

6. Не прерывать сосредоточие сотрудника на задаче. Не стоит отвлекать креативного сотрудника от творческого процесса: он может потерять вдохновение и закрыться в себе.

7. Не требовать постоянного присутствия на рабочем месте. Гибкий или индивидуальный график – идеальный вариант для креативного сотрудника.

Внедряя описанные выше рекомендации по эффективному сотрудничеству с креативным персоналом, руководителю компании следует не забывать о балансе между администрированием и заботой о творческой энергии креативных сотрудников. Творческие личности не любят последовательность и упорядоченность, поэтому иной раз могут попросту забыть записать свои идеи, а компания, в результате, упустить гениальную мысль. Во избежание подобных ситуаций руководителю следует приставить к креативным сотрудникам администратора, который будет систематизировать все их идеи и претворять замыслы в реальность.

Таким образом, управление креативным персоналом – это искусство, которому можно научиться, изучив природу творческих сотрудников и принимая во внимание особенности их мотивационного ядра. Креативные сотрудники имеют общие характерные черты, что позволяет сформулировать единый подход к эффективному сотрудничеству с ними и с его помощью направлять их созидательную энергию в нужное русло.

Перенос фокуса с исполнительности на креативность и дальнейшее изучение вопросов управления креативным персоналом являются основными направлениями деятельности современного российского менеджмента.

В 1935 году известный политик Иосиф Виссарионович Сталин во время чтения доклада «О положении дел в СССР» произнес известные чуть ли ни

каждому управленцу слова: «Кадры решают всё». Сегодня эта фраза требует небольшого видоизменения, потому что креативные кадры решают всё.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ричард Флорида. Креативный класс. Люди, которые создают будущее. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2016 – 650 с.

2. Selec.ru – Электротехнический портал. – [электронный ресурс] - http://www.selec.ru/annOnce/show/896/Kreativnyy_personal_kak_im_upravlyat. Дата обращения: 28.11.2020 год.

3.SuperJob.ru. – [электронный ресурс] - https://vk.com/away.php?to=https%3A%2F%2Fwww.superjob.ru%2Fcommunity%2Finnovation%2F30795%2F&cc_key=. Дата обращения: 28.11.2020 год.

ВНЕДРЕНИЕ КРЕАТИВНОГО СТИЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Милова Ю.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Современный мир не стоит на месте, он постоянно меняется, затрагивая абсолютно все сферы жизни человека. Управление люд ьми- это живой и очень постоянно совершенствующийся процесс. Только быстрая смена тактики управления, поможет эффективному менеджменту. В 2020 году нашу планету поразил новый, совершенно неизведанный вирус. Пандемия внесла много корректив в рабочий процесс многих людей, большинство из них перешли на дистанционный формат выполнения своих трудовых обязанностей. Рассмотрим, какие же трудности работодатель мог застигнуть во время перехода работников на дистанционный формат:

1. Боязнь сотрудников пробовать новое, выйти из зоны комфорта и освоить работу на удалённой основе.

2. Сотрудники демотивируются, работая не под наблюдением менеджера.

3. Психологическая и техническая неготовность персонала освоить процесс работы в комфортных домашних условиях.

Анализирую эти возможные проблемы, приходим к выводу, что непосредственная роль менеджера в управлении персоналом в затруднительных условиях, как ничто иное может повлиять на мотивацию и эффективную работу сотрудников. Именно креативное управление приходит на помощь в сложившейся ситуации.

В системе креативной работы с персоналом приоритетное место занимает повышение трудовой мотивация, исходя из поиска творческого подхода к каждой личности. Здесь очень важно донести до сотрудников, что дистанционная работа, поможет им проявлять свои творческие способности. Креативное мышление человека-оно уникально, и где, как не в домашних комфортных условиях, человек способен творить , в холодном офисе, вся работа выполняется по шаблону, а индивидуальная работа в комфорте способна помочь человеку взглянут на процесс трудовой деятельности совершенно с другой стороны.

Зачастую мы привыкли видеть три стиля управления: авторитарный, демократический и либеральный. Считается, что успешный менеджер, должен использовать в своей работе сразу три стиля управления. Но какая ситуация сложилась сейчас и какие же отличия несёт креативный стиль управления? Появлению нового стиля управления и его первоисточником была компания Hewlett-Packard которая первая въехала на территорию Кремниевой долины. В этой компании стала использоваться новая организационная структура – эдхократическая, которая была ориентирована на создание комфортных условий для сотрудников, мыслящих креативно [1, 2]. Впоследствии эту практику переняли и многие другие компании Кремниевой долины.

Ярким примером является Компания Google, они обеспечили своих сотрудников всем необходимым на рабочем месте, ведь гениальные идеи никогда не придут в голову человеку, который пришёл на работу не в духе, но тут такого не могло произойти, ведь приходя на работу, сотрудники приходили будто в другое пространство, тут появились и стойки с очень вкусным кофе, тренажёрные залы, даже парикмахерская, химчистка и салон красоты. Все эти удовольствия были бесплатны, и конечно, вскоре отразились на работе персонала, которые стали навигаторами идей.

Нельзя не отметить и Илона Маска, который внёс существенную лепту в появление креативного стиля управления. Не только его идеи были гениальны, так же он искал по всему миру именно креативных управленцев, считая, что творческим людям, нужно творческое пространство для воплощение всех его задумок, а кто, как не креативные управленцы могут ему помочь в этом. Он считал, что мотивация сотрудников, должна основываться на индивидуальном подходе к каждому, как было сказано выше. Его идеи нашли отражения в работе персонала, ведь вскоре обычный сотрудник, предложил гениальную идею, который Илон Маск с удовольствием внедрил, использовать в электромобиле Tesla планшет вместо панели приборов, за эту новацию он получил сразу много различных бонусов в компании. Итак, мотивация – это очень важный фактор творческого мышления, причем творческое мышление должно оцениваться выше, чем простая исполнительность.

Пандемия коронавируса , так же заставила работников думать иначе. Многие менеджеры воспользовались ведением работы по видеоконференциям, а высокоскоростной интернет и различные гаджеты , создали эту рабочую среду уникальной. Сотрудникам теперь не приходится добираться часами до работы, домашняя атмосфера помогает настроиться на комфортную рабочую атмосферу. Но как вести себя менеджеру с таким персоналом? Как отслеживать результаты труда? Прежние стили управления тут будут малоэффективны, ведь они появились относительно давно, и не

могут подстроиться под новое течение жизни. И именно пандемия стала триггером в закреплении четвёртого стиля управления- креативного. Безусловно со временем он будет меняться но уже сейчас мы можем выделить некоторые аспекты, которые положительно повлияют на внедрение нового стиля управления , это, во-первых, мотивация сотрудников на такое же качественное выполнения работы, как в офисе, пусть и без наблюдение менеджера, во-вторых, создание максимально удобных условий труда. Если при авторитарном стиле руководства отношения между руководителем и работниками выражаются формулой «руководитель – подчиненный», при демократическом стиле управления – «руководитель – партнер», а при либеральном стиле – «руководитель – координатор», то при креативном стиле на первый план выходит формула «руководитель – драйвер изменений и творческих идей».

Организация, в которой используется творческий стиль управления, должна не только в трудовой деятельности внести коррективы, но и стремиться создавать новый продукт, вносить в него творческие изменения, это очень важно. Безусловно, менеджер должен начать с себя. Новаторское мышление и умение организовать работу на удалённом формате – вот главные составляющие современного успешного менеджера. Пандемия в любой момент может закончиться, но вопрос в том, захотят ли сотрудники вернуться из комфортных условий дома в офис. Дистанционный формат работы, может остаться с нами и менеджеры обязаны его совершенствовать, чтобы у работников не пропала тяга к эффективной работе.

Итак, можно вывести несколько составляющих эффективного ведения дел в текущих реалиях:

1. Атмосфера новаторства и организация, менеджер выступает как проводник данного стиля управления.

2. Мотивация работником: премии, достойная заработная плата, новая система бонусов. Важно понимать, что творческий труд должен всегда оцениваться выше обычных рутинных задач. Здесь надо исходить из

международных стандартов, согласно рекомендациям МОТ, работник не должен получать меньше 3 долларов в час, однако так как мы пытаемся оценить творческий труд, самый низкий потолок заработной платы здесь должен быть как минимум в 2–2,5 раза выше [3].

3. Контролировать работу компании. В условиях дистанционной работы, регулировать процесс менеджерам становится сложнее, но нельзя этим пренебрегать. Организовать осуществление контроля можно в формате видеоконференции, команда может предоставить отчёт о выполнении задач, а менеджер может проследить настрой работников и взаимодействие в коллективе для совместного выполнения задач.

4. Взаимодействие в коллективе. Приходя с утра на работу, сотрудники привыкли обсудить с коллегами различные вопросы, поговорить о погоде и поднять с утра настроение. Но как же на дистанционной омформате организовать коммуникации среди сотрудников? Сейчас очень популярным стало создавать чаты в мессенджерах, это очень лёгкий и доступный способ для общения.

5. Организация рабочего пространства. Тут речь идёт даже не о рабочем месте, наличии современных ноутбуков и Высокоскоростного интернета, очень важно заметить следующее, что отвлекающим фактором будут служить домашние проблемы, дети,животные. Здесь так же очень важна роль менеджера, он должен провести анкетирование, выявить сильные и слабые стороны каждого работника. Проанализировать и понаблюдать за качественным и своевременным выполнением задач, если найдутся такие сотрудники, которым формат работы дома не подходит , менеджеру нужно обратиться к коворкингу. Корпоративный коворкинг – это площадка внутри организации с повышенным комфортом, которая призвана заменить работнику собственный дом во время дистанционной работы. Такая площадка нужна для работников, которые не могут работать дома в силу разных причин. Атмосфера корпоративного коворкинга должна напоминать домашнюю – много различных картин, мягкой мебели, вендинговые

автоматы с выбором напитков и разнообразных перекусов (чипсы, снеки, пончики).

Внедрение креативного стиля управления, в первую очередь, стоит начать с планирования. Необходимо запланировать изменения, которые будут проводиться в связи с проведением такого управленческого стиля. Важно подготовить корпоративный коворкинг для тех сотрудников, которые не смогут работать дома в силу разных причин. Второй момент – необходимо разработать обновленную стратегию компании, ориентированную на рывок в повышении конкурентоспособности.

Следует учесть, что и дома не у всех сотрудников имеются современные гаджеты, таким сотрудником нужно будет их предоставить, ведь для организации успешной дистанционной работы нужны именно ультрасовременные устройства. Необходимо объяснить сотрудникам, что теперь важно создавать творческие проекты, способные принести прибыль, их также можно назвать корпоративными стартапами. Создание такого творческого проекта (программа, услуга, инновационный продукт) будет поощряться, в целом менеджеру нужно оповестить работников о новой системе мотивации. Бесплатные бонусы (парикмахерская, химчистка, кафе, фитнес) можно продемонстрировать с помощью экскурсии по организации. С этой минуты сотрудник не вправе отвлекаться на мелочи жизни, бытовые проблемы.

Контроль должен быть крайне мягким, ведь во время пандемии каждый человек итак очень напуган и не знает , чего же ожидать дальше, поэтому менеджер должен найти подходи к каждому сотруднику. В такой период, важно, чтобы работник чувствовал себя нужным для организации.

Таким образом, дистанционная работа-это не сложное явление, наоборот, это возможность менеджеру освоить креативный стиль управления, а работникам проявить свои творческие способности. Данный стиль управления, может послужить началом высокой конкурентоспособности компании, ведь при правильной организации

каждый сотрудник будет замотивирован на рабочий процесс. Для крупных российских компаний (госкорпораций, градообразующих компаний) сегодня это крайне важное обстоятельство.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бикметов Р.Ш. Формирование эдхократической структуры отечественных организаций в условиях развития инноваций // Дискуссия. - №1. -2016. – С.17-21.

2. Бикметов Р.Ш. Стратегия социально-экономического развития градообразующих предприятий в условиях санкций // Экономика и управление: научно-практический журнал. - №1. - 2016. – С.17-21.

3. Невинная И. Час от часу не легче. Почему в России не вводят почасовую оплату труда // Российская газета [Электронный ресурс]. URL: https://rg.ru/2014/01/21/rabota.htm

ПРОФИЛАКТИКА И КОРРЕКЦИЯ СИНДРОМА ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВЫГОРАНИЯ

Молева Ю. А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

На сегодняшний день проблема профессионального выгорания – одна из актуальных проблем современного мира, поскольку большое количество профессий подвержено сильным нервно-психическим нагрузкам. Научный и практический интерес к синдрому выгорания определен тем, что он является непосредственным проявлением возрастающих проблем, связанных со здоровьем персонала, эффективностью труда работников и в целом стабильностью жизни предприятия. Современные руководители предприятий и управленцы крайне обеспокоены данным явлением, так как синдром выгорания начинается незаметно, а его последствия в виде «упущенной выгоды» очень дорого обходятся предприятию.

Впервые термин «синдром эмоционального выгорания» введен в 1974 году врачом-психиатром Х.Дж. Фрейденбергом и первоначально под ним

понималось нарастающее эмоциональное истощение. В 2001 году синдром профессионального выгорания был включен в 10-й пересмотренный вариант Международной классификации болезней (МКБ-10) [3].

Основными причинами синдрома эмоционального выгорания являются:

- монотонность деятельности;
- увеличение рабочей нагрузки;
- отсутствие в коллективе единой цели;
- разобщенность сотрудников;
- противоречивые требования руководителей;
- отсутствие вознаграждений;
- несоответствие оплаты труда выполняемой работе [6].

При неумелом руководстве персонала возможно эмоциональное выгорание целых команд и отделов [1].

Синдрому эмоционального выгорания свойственно постепенное развитие. По мнению Маслача он проходит три стадии:

На первой стадии наблюдается приглушение эмоций, сглаживание чувств и свежести переживаний, работник неожиданно замечает, что вроде бы пока все нормально, но…скучно и пусто на душе. Также наблюдается исчезновение положительных эмоций, в отношении с членами семьи появляется некоторая отстраненность. Появляется тревожность, неудовлетворенность собой.

На второй стадии появляются конфликты с клиентами, работник начинает в коллективе отзываться с пренебрежением о некоторых сотрудниках. Постепенно начинается проявление неприязни в присутствии клиентов. Вначале это может выражаться сдерживаемой апатией, а затем и вспышками раздражения.

На третьей стадии происходит притупление представлений о жизненных ценностях, ухудшается эмоциональное отношение к миру, человек становится ко всему равнодушным, даже к собственной жизни [4].

В итоге, эмоциональное выгорание может быть представлено тремя аспектами:

– снижение самооценки;

– одиночество;

– эмоциональное истощение, соматизация.

– В коллективе можно выделить следующие признаки эмоционального выгорания:

– «одинаковость» работников;

– «отбывание на работе» всем коллективом;

– общая апатия ко всему происходящему;

– большая текучка кадров;

– отсутствие у сотрудников четкого понимания целей предприятия;

– неумение и нежелание руководителя и его подчиненных брать на себя ответственность за происходящее и выполненную работу.

Выделяют следующие факторы эмоционального выгорания:

– индивидуальные факторы (интроверсия, низкая самооценка, нейротизм, авторитаризм, низкий уровень эмпатии, чувствительность, эмоциональная возбудимость, неуверенность в себе);

– факторы, связанные со спецификой и содержанием труда (психоэмоциональное направление, проблемные клиенты, большой объем информации, повышенная ответственность, трудно ощутимые результаты труда);

– организационные факторы (дефицит времени, перегрузки, нечеткая организации и планирование труда, чрезмерная продолжительность рабочего дня, монотонная работа, чрезмерный контроль, недостаточность признания и положительной оценки, отсутствие профессионального роста);

– социально-психологические факторы (выстраивание отношений с психологически трудным контингентом, негативный социально-психологический климат, конфликты в профессиональной среде) [5].

Для диагностики, профилактики и коррекции синдрома эмоционального выгорания сотрудников, а также влияющих на его возникновение и развитие факторов, возможно использование определенных методов и форм психологической работы. Среди методов диагностики синдрома эмоционального выгорания стоит выделить:

– метод беседы – позволяет диагностировать эмоциональное состояние работников, их отношение к коллегам и субъектам их деятельности, а также к работе в целом;

– метод наблюдения – позволяет диагностировать состояние психологического здоровья работников, выявить организационные, индивидуально-психологические и социально-психологические факторы эмоционального выгорания, присущие профессиональной деятельности;

– психодиагностические методы – позволяют выявить уровень эмоционального выгорания, диагностировать организационные, индивидуально-психологические и социально-психологические факторы выгорания;

– методы анализа документации и экспертных оценок – позволяют изучить объективное состояние организационных и социально-психологических характеристик профессиональной деятельности [2].

По результатам проведенной оценки уровня эмоционального выгорания разрабатывается комплекс мероприятий по профилактике и коррекции эмоционального выгорания, учитывая вклад тех или иных факторов. Формами проведения таких мероприятий могут быть семинары, лекции, практические занятия, тренинг.

В таблице 1 представлены основные направления практической работы по профилактике и коррекции синдрома эмоционального выгорания в работников организации.

Таблица 1 – Направления практической работы по профилактике и коррекции синдрома выгорания

Фактор	Направление работы
1. Индивидуальные факторы (интроверсия, низкая самооценка, нейротизм, авторитаризм, низкий уровень эмпатии, чувствительность, эмоциональная возбудимость, неуверенность в себе)	Коррекция мотивационной сферы и личностных особенностей работника. Обучение навыкам борьбы со стрессом, нормализации эмоционального состояния. Применения техник психокоррекции, направленных на повышение уверенности в себе, самооценки, уровня эмпатии ит.д. Коррекция мотивов помощи, достижений нереалистичных ожиданий в соответствии с действительностью.
2. Факторы, связанные со спецификой и содержанием труда (психоэмоциональное направление, проблемные клиенты, большой объем информации, повышенная ответственность, трудно ощутимые результаты труда)	Снижение рабочей нагрузки, грамотное распределение рабочих заданий, распределение ответственности, использование разнообразных способов компенсации затраченных усилий (получение благодарности от клиентов, отслеживание результатов работы, самопрезентация в среде профессионалов и т.д.) Обучение навыками управления стрессом, релаксации, саморегуляции ит.д.
3. Организационные факторы (дефицит времени, перегрузки, нечеткая организации и планирование труда, чрезмерная продолжительность рабочего дня, монотонная работа, чрезмерный контроль, недостаточность признания и положительной оценки, отсутствие профессионального роста)	Оптимизация организации труда (разработка системы организации труда, учитывая специфику и направления деятельности предприятия, четкая регламентация труда, реструктурирование работы, грамотная организация рабочих мест, положительная оценка труда, равномерное распределение рабочей нагрузки, улучшение материально-технической базы, справедливое материальное и нематериальное стимулирование труда, предоставление достаточной степени автономности, предоставление возможностей профессионального развития и карьерного роста).
4. Социально-психологические факторы (выстраивание отношений с психологически трудным контингентом, негативный социально-психологический климат, конфликты в профессиональной среде)	Улучшение социально-психологического климата в коллективе, оптимизация взаимоотношений с руководством и коллективом, обучение навыкам общения, поведению в конфликте. Организация совместных неформальных

	мероприятий и коллективного отдыха. Предоставление сотрудникам социальной поддержки: оказание практической помощи (инструментальная поддержка), проявления заботы, заинтересованности, понимания (эмоциональная поддержка), предоставление необходимых данных (информационная поддержка), обеспечение позитивной обратной связи по работе сотрудника (оценочная поддержка). Включение работников в принятие управленческих решений.

Профилактику и коррекцию эмоционального выгорания работников предприятия можно проводить на двух уровнях:

- на уровне работы с работниками предприятия;
- на уровне структурных изменений на самом предприятии.

Таким образом, благодаря разработке и внедрению на предприятии комплекса мероприятий по профилактике и коррекции эмоционального выгорания с учетом специфики деятельности предприятия и вклада различных факторов, возможно снижение уровня выгорания персонала и повышение эффективности профессиональной деятельности в целом предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Березовская Р.А. Особенности отношения к работе и синдром выгорания у руководителей // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2016. № 4. С. 39-46.

2. Курапова И.А. Преодоление профессионального выгорания субъекта труда: проблемы и подходы // Вестник Марийского государственного университета. 2015. С. 74-78.

3. Лукьянов В.В. К истории термина «выгорание» // Выгорание и профессионализация. 2013. С. 114-124

4. Неруш Т.Г. Основные этапы изучения феномена выгорания // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Философия. Психология. Педагогика. 2017. Т. 17. № 4. С. 454-459.
5. Рогинская Т.И. Специфика синдрома выгорания в профессиях с высоким уровнем стресса // Вестник Санкт-Петербургского университета. Психология. 2016. № 2. С. 107-121.
6. Шамис В.А. Особенности эмоционального выгорания персонала организации // Лидерство и менеджмент. 2016. Т 3. № 2. С. 101-112.

ПРОБЛЕМЫ ПРЕДСТАВЛЕНИЯМАССИВОВ ИСХОДНЫХ ДАННЫХ ДЛЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В СФЕРЕ БИЗНЕСА

Семенова Е.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Статистическая информация играет большую роль в современном деловом пространстве, особенно – при цифровом подходе к бизнесу. Организации ведут постоянное наблюдение за своими показателями доходов и затрат. Наиболее передовые компании используют статистические методы исследования для оптимизации процедур подбора и распределения персонала, оценки конкурентов или перспективности отрасли.

Развитие информационных технологий даёт бизнесу возможности проводить статистические исследования посредством обработки данных нейронными сетями. С помощью изучения методических пособий и статей [1] процедура такой обработки становится понятной любому менеджеру.

В Указе Президента РФ от 10.10.2019 г. №490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» [2] отмечается, что развитие искусственного интеллекта и ускоренное внедрение технологических решений, разработанных на его основе, может привести к

росту мировой экономики (в таком случае в 2024 г. он должен составить не менее 1 трлн. долларов США).

Основным фактором успешности применения нейронных сетей в сфере бизнеса является доступность (в особенности – обработанных, структурированных) данных и создание инфраструктуры для работы с ними.

Рассмотрим пример использования массивов данных на статье [3]. На рис.1-3 видно, что для обработки взят большой объём информации, как всегда делается при построении нейронных сетей. Для того чтобы собрать информацию, необходимую для решения конкретной задачи, исследователям нужно было проанализировать и скопировать несколько подобных таблиц. Не всегда подобный отбор данных удобен, так как их структурное представление не адаптировано к целям обработки. Рассмотрим конкретные недостатки в представлении таблиц на примере рис.1-2.

Уральский федеральный округ	**-9**	**-66**	**1300**	**-912**	**1049**	**371**	**2445**	**6093**	**9695**	**7802**	**7873**	**9593**
Курганская область	4	-81	510	103	511	120	-71	18	254	209	140	179
Свердловская область	54	222	251	197	179	72	1037	2137	4229	3790	2522	3588
Тюменская область	207	91	747	160	545	340	528	2501	3324	2210	2504	2280
в том числе:												
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	–	-6	13	-30	-4	-3	-8	-9	1	-15	5	6
Ямало-Ненецкий автономный округ	–	–	–	-6	–	–	-89	87	25	79	62	-10
Тюменская область без автономных округов	–	97	734	196	549	343	625	2423	3298	2146	2437	2284
Челябинская область	-274	-298	-208	-1372	-186	-161	951	1437	1888	1593	2707	3546
Сибирский федеральный округ	**8**	**2601**	**5801**	**4817**	**3282**	**4542**	**4594**	**8962**	**15412**	**8701**	**14965**	**14516**
Республика Алтай	1	7	2	4	1	–	40	5	74	-221	1452	-47
Республика Тыва	-2	1	0,2	0,0	1	1	0,2	0,2	3	5	8	8
Республика Хакасия	15	73	70	6	–	–	59	82	-50	6	70	87
Алтайский край	-321	1435	2659	3277	2528	3103	235	1755	1126	334	2302	1869
Красноярский край	225	559	1691	1612	490	689	1680	1673	1879	-763	2180	2462
Иркутская область	65	129	74	62	78	170	918	1455	2616	2517	2774	2187
Кемеровская область	109	78	-9	-378	-389	757	234	284	1820	294	-1788	-323
Новосибирская область	70	288	536	483	101	-48	382	1194	4038	3770	3518	2870
Омская область	-277	-57	634	-433	239	-240	652	1475	2549	1622	2290	2376
Томская область	123	88	144	184	233	110	394	1039	1357	1137	2159	3027
Дальневосточный федеральный округ	**101**	**1058**	**1929**	**3550**	**1130**	**521**	**365**	**1036**	**810**	**-172**	**-128**	**-187**
Республика Бурятия	34	47	17	2	18	15	39	35	357	254	236	402
Республика Саха (Якутия)	23	8	-14	0,0	-14	-10	50	130	58	17	-3	-217
Забайкальский край	-14	96	38	-14	82	-18	-36	54	-13	-44	16	6
Камчатский край	28	-10	7	-4	–	–	12	104	273	65	110	86
Приморский край	-13	144	-985	374	-575	-806	210	284	-856	-1128	-647	-343
Хабаровский край	30	-11	7	-82	-20	-90	-51	85	79	-127	-249	-404
Амурская область	-12	609	2336	2555	750	1022	27	249	821	300	-2	268
Магаданская область	–	–	–	–	–	–	-0,2	6	-1	-1	-0,4	-1
Сахалинская область	17	148	437	683	875	371	23	9	-41	314	170	-110
Еврейская автономная область	14	28	86	37	14	39	-0,4	-10	-1	–	-22	-17
Чукотский автономный округ	-6	-1	-0,2	-1	-0,5	-2	92	90	134	178	263	143

[1] По данным бухгалтерской отчетности. Знак (-) означает убыток.
[2] По данным бухгалтерской отчетности. Знак (-) означает убыточность.

Рис.1. Основные финансовые показатели организаций, осуществляющих деятельность в растениеводстве и животноводстве. Уральский федеральный округ, Сибирский федеральный округ, Дальневосточный федеральный округ.Источник: Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [4].

	Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток) организаций[1], млн руб.											
	растениеводства						животноводства					
	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2005	2010	2015	2016	2017	2018
Приволжский федеральный округ	**283**	**-3613**	**12903**	**13036**	**6131**	**-423**	**3553**	**7028**	**23004**	**7424**	**8883**	**16154**
Республика Башкортостан	464	24	437	1775	258	723	56	985	2008	1253	-3249	-823
Республика Марий Эл	31	27	45	-25	-140	-6	239	387	1408	-3614	-1033	697
Республика Мордовия	69	374	511	581	464	147	298	766	3426	2871	3003	5265
Республика Татарстан	-51	-1234	2673	1974	874	748	-50	936	5880	120	438	1115
Удмуртская Республика	142	-93	177	199	127	195	396	1302	2130	2276	2368	2542
Чувашская Республика	40	40	158	146	179	34	119	24	797	546	592	722
Пермский край	-14	54	61	24	-8	12	472	878	2655	1711	2068	875
Кировская область	-5	14	-114	-37	15	6	577	1169	3400	2848	3350	3129
Нижегородская область	90	-963	278	16	180	-396	874	217	1014	983	1893	1418
Оренбургская область	-218	-150	-50	20	48	42	209	-670	365	-794	-2219	-533
Пензенская область	-86	-686	3629	2428	581	-2555	262	1077	388	-279	1244	1098
Самарская область	-512	-369	2425	2260	1345	1891	164	-485	-743	-327	63	-106
Саратовская область	434	7	2288	3511	2244	-675	148	449	515	428	222	312
Ульяновская область	-101	-658	385	164	-36	-589	-211	-7	-239	-598	143	443
Уральский федеральный округ	**-9**	**-66**	**1300**	**-912**	**1049**	**371**	**2445**	**6093**	**9695**	**7802**	**7873**	**9593**
Курганская область	4	-81	510	103	511	120	-71	18	254	209	140	179
Свердловская область	54	222	251	197	179	72	1037	2137	4229	3790	2522	3588
Тюменская область	207	91	747	160	545	340	528	2501	3324	2210	2504	2280
в том числе:												
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	–	-6	13	-30	-4	-3	-8	-9	1	-15	5	6
Ямало-Ненецкий автономный округ	–	–	–	-6	–	–	-89	87	25	79	62	-10
Тюменская область без автономных округов	–	97	734	196	549	343	625	2423	3298	2146	2437	2284
Челябинская область	-274	-298	-208	-1372	-186	-161	951	1437	1888	1593	2707	3546
Сибирский федеральный округ	**8**	**2601**	**5801**	**4817**	**3282**	**4542**	**4594**	**8962**	**15412**	**8701**	**14965**	**14516**
Республика Алтай	1	7	2	4	1	–	40	5	74	-221	1452	-47
Республика Тыва	-2	1	0,2	0,0	1	1	0,2	0,2	3	5	8	8
Республика Хакасия	15	73	70	6	–	–	59	82	-50	6	70	87
Алтайский край	-321	1435	2659	3277	2528	3103	235	1755	1126	334	2302	1869
Красноярский край	225	559	1691	1612	490	689	1680	1673	1879	-763	2180	2462
Иркутская область	65	129	74	62	78	170	918	1455	2616	2517	2774	2187
Кемеровская область	109	78	-9	-378	-389	757	234	284	1820	294	-1788	-323

Рис.2. Основные финансовые показатели организаций, осуществляющих деятельность в растениеводстве и животноводстве. Приволжский федеральный округ, Уральский федеральный округ, Сибирский федеральный округ.Источник: Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [4].

Был проведён статистический опрос студентов и экспертов, занимающихся разработкой проектов в пакетах Deductor и STATISTICA. В первую очередь решались программно-методологические вопросы: формулирование задачи; определение объекта и единицы измерения; составление программы наблюдения; выбор вида, формы способа. Задача: выявление значительных проблем при проведении статистической работы в пакетах Deductor и STATISTICA и формирование рекомендаций. Объект

наблюдения- трудности, с которыми столкнулись студенты и эксперты, занимающиеся разработкой проектов в специальных программах. Единица наблюдения- опрошенные студенты и эксперты. Форма нашего статистического наблюдения- специально организованное наблюдение. В анкете был перечень открытых вопросов (всего - 7), ответы на которые помогли выделить проблемы.

Статистическое наблюдение было сплошным, единовременным. Статистическое исследование проходило в три этапа: статистическое наблюдение; сводка и группировка; расчет и анализ обобщающих показателей. На первом этапе собирались и регистрировались данные, используя метод анкетирования. Всего было опрошено 50 человек. Анкеты были в GoogleФормах,учитывая сложности, связанные с распространением коронавирусной инфекции. На втором этапе была составлена сложная сводка, оформленная в конечном итоге в атрибутивном ряде распределения: X-проблема или ответ, выраженные словами; F-частота, выражающая количество опрощенных, которые отметили эти проблемы существенными. На третьем этапе частота была переведена в проценты.

1. Самый адекватный формат для обработки массивов данных для программDeductor, STATISTICA, использующихся для построения нейронных сетей, - таблицы Excel. Однако на официальном сайте Федеральной службы государственной статистики [4] многие файлы представлены в формате Word. Поэтому приходится копировать таблицы из текстовых документов. (Так ответили 96% опрошенных–48 человек).
2. Сводные (выделены жирным шрифтом на рис.1-2, но в дальнейшем анализе не используемые) строки в таблицах помещаются между остальными, поэтому приходится копировать таблицы частями. (Такую трудность выделили 92% опрошенных – 46 человек).

3. Отдельные показатели располагаются на разных листах, что не позволяет скопировать таблицу. (Такую проблему выделили 90% опрошенных – 50 человек – 45 человек).
4. Ряд данных в таблицах отсутствует (прочерки или пустые места в таблицах), что не позволяет корректно проводить исследования (рис.2). (Данную проблему выделили 80% отпрошенных – 40 человек).
5. В тексте присутствуют сноски, находящиеся прямо в таблице (рис.1). Они даже не выделены в отдельную ячейку, что сильно затрудняет удаление этих данных, ведь они не используются в процессе обработки массивов данных нейронными сетями.(Данную проблему подчеркнули 70% опрошенных – 35 человек).
6. Допущены неточности в содержании данных, а именно – не существует таких субъектов РФ, как Архангельская область без автономного округа и Тюменская область (рис.2). Однако они присутствуют в таблицах. Поэтому их приходится вырезать при копировании данных. (Эту проблему выявили 84% опрошенных – 42 человека).
7. К тому же, некоторые файлы попросту не открываются (отображаются неправильно). Например, есть файл формата .rar, но он не открывается должным образом даже при использовании приложения Excel (рис.3). (Данную проблему выявили 94% опрошенных – 47 человек).

Для выявления решений вышеуказанных проблем был проведен статистический опрос экспертов и студентов, занимающихся разработкой проектов в пакетах Deductor и STATISTICA. Задача: решение проблем, возникающих при проведении статистической работы в пакетах Deductor и STATISTICA. Объект наблюдения-способы решения трудностей, с которыми сталкивались эксперты и студенты в ходе работы в программных пакетах. Единица измерения- опрошенные студенты и эксперты.Форма проведенного статистического наблюдения-специально организованное наблюдение. В анкете был представлен перечень из семи открытых вопросов, ответы на

которые помогли сформулировать рекомендации по решению вышеуказанных проблем.

Для выявления решений вышеуказанных проблем был проведен статистический опрос экспертов и студентов, занимающихся разработкой проектов в пакетах Deductor и STATISTICA. Задача: решение проблем, возникающих при проведении статистической работы в пакетах Deductor и STATISTICA. Форма проведенного статистического наблюдения-специально организованное наблюдение. В анкете был представлен перечень из семи открытых вопросов, ответы на которые помогли сформулировать рекомендации по решению вышеуказанных проблем.

Было проведено сплошное, единовременное статистическое наблюдение, которое проходило в три этапа.Первый этап включал в себя сбор и регистрацию данных с помощью метода анкетирования. Анкетирование 50 человек проходило с помощью GoogleФорм, в связи с неблагоприятной обстановкой из-за коронавирусной инфекции.Второй этап заключался в составлении сложной сводки, которая затем была оформленав атрибутивном ряде распределения, где X-решение проблемы или ответ, выраженные словами, а F-частота, выражающая количество опрошенных, которые предоставили решение проблем. На третьем этапе частота была переведена в проценты.Таким образом, можно выделить следующие рекомендации:

1. Было бы целесообразно представление всех файлов на Официальном сайте Федеральной службы государственной статистики в формат Excel, чтобы исследователям не нужно было копировать данные из текстовых файлов.(Рекомендация согласно 96% опрошенных-47 человек).

2. Необходим перенос сводных строчек, в большинстве случаев не используемые при анализе данныхнейронными сетями, в одно место в начале или в конце таблиц (Решение проблемы для 90% опрошенных-45 человек).

3. Была бы целесообразна возможность создания возможности для копирования больших таблиц (чтобы они не разносились по разным листам

по горизонтали), так как массивы данных, необходимые для работы с нейронными сетями, в большинстве своём крупные.(По данным 94% опрошенных- 47 человек).

4. Для корректного проведения анализа данных нейронными сетями необходимо заполнение пустых мест в таблицах.(Решение 98% опрошенных-49 человек).

5. Был бы целесообразен вынос сносок, упомянутых в пункте 5 недостатков, за пределы таблиц.(Такое решение предложили 80%-40 человек).

6. Необходимо устранение неточностей в содержательной части таблиц (исключение или вынесение в отдельные места Архангельской области без автономного округа и Тюменской области) для корректного проведения анализа(Рекомендация, предложенная 92% опрошенных-46 человек).

7. Необходимо устранение проблем с открытием файлов и сжатых папок, посредством которых представлены таблицы(Данное решение проблемы, представленное 84% опрошенными-42 человека).

Таким образом, использование информационных технологий может помочь бизнесу в решении стратегических задач своего развития. Однако представление исходных данных для интеллектуальных технологий поддержки принятия решений на сегодняшний день неидеально. А ведь именно от него зависит скорость получения результатов. Для того, чтобы исследования осуществлялись быстрее и эффективнее, необходимо внести коррективы в формат (желательно, чтобы все данные были представлены в формате Excel), содержательную часть (так как имеют место неточности в формулировке самих данных, их недостаточность) и оформление массива данных (некоторые элементы, которые находятся в таблицах, зачастую только мешают их обработке).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. http://www.statlab.kubsu.ru/sites/project_bank/nural.pdf (дата обращения: 20.11.2020).

2. Указ Президента РФ от 10.10.2019 г. № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации»– URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/44731 (дата обращения 21.11.2020).

3. Перова В.И., Корчемный П.В. Нейросетевое моделирование динамики развития сельского хозяйства Российской Федерации//Экономический анализ: теория и практика, 2018. Т. 17, № 2. – С. 379 – 396.

4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики – URL: https://rosstat.gov.ru/ (дата обращения 21.11.2020).

Секция 8. РАЗВИТИЕ СФЕРЫ УСЛУГ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ: СТРАТЕГИИ, ИННОВАЦИИ, КОМПТЕНЦИИ

ПОДСЕКЦИЯ «СЕРВИС И ТУРИЗМ»

ОСНОВНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА В СФЕРЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Базанов А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность темы связана с тем что, на сегодняшний день туризм является одним из прибыльных направлений социально-экономического развития страны. Туристическая индустрия развивает экономику страны, повышает качество жизни населения, увеличивает налоговые поступления в трехуровневую систему бюджета РФ, развивает средний и малый бизнес, решает вопросы занятости населения, увеличивает объемы экспорта и выравнивает диспропорции развития территорий субъектов РФ.

Россия уникальная страна, которая обладает большим количеством территории, природного ландшафта, историко-культурными туристскими ресурсами. Данный интерес к ресурсной базе России присутствует у жителей Европы, стран СНГ и в особенности у азиатских стран. В 2019 году количество иностранцев въехавших в Россию с целью туризма составило более 5 млн. человек. Большой приток туристов был из Китая, что составил 1,5 млн человек, в росте турпоток из этой страны составил 19%. Из Германии турпоток в нашу страну составил 522,2 тыс. туристических поездок, тем самым внеся значительный вклад и превышает прошлогодний показатель на 16%. Рост турпотока составил 413,6 тыс. поездок из Южной Кореи (20%).

Из США было совершено 241,1 тыс. туристических поездок в Россию, что показывает рост на 6% больше по сравнению с предшествующим годом.

На 21,7% увеличился турпоток из Израиля в Россию, тем самым приехало 199 тыс. туристов. Также вырос турпоток из Франции (154,3 тыс. поездок), из Италии (154,8 тыс. поездок), из Великобритании (133,8 тыс. поездок), что составило 32,4%, 22%, 6,5% соответственно.

Из Японии рост туристического потока составил до 80,3 тыс. поездок, что составляет 31,2%, а в Испании турпоток увеличился на 30% и составил 110,9 тыс. человек. Достаточную динамику показали и другие страны такие как: Финляндия, Таиланд, Литва, Индия, Эстония, Турция и Австралия туристический поток составил более 50 тыс. человек.

В общем в 2019 году в Россию турпоток из всех стран составил более 10 тысяч туристов. Значительное снижение турпотока было из Латинской Америки, сравнивая с 2018 годом, который был связан с чемпионатом мира по футболу. Иностранцы за 2019 год совершили 32,9 млн поездок в Россию, учитывая не только туристические цели [1].

В таблице 1 представлена динамика основных показателей, характеризующих активность деятельности в сфере туризма в Российской Федерации за предшествующие три года.

Таблица 1

Показатели активности деятельности в сфере туризма в РФ

№ п/п	Наименование показателя	ед. измерения	2017	Динамика 2017г. к аналог.2016г. (+/-) %	2018	Динамика 2018г. к аналог.2017 г. (+/-) %	2019	Динамика 2019 г. к аналог.2018 г. (+/-) %
1.	Численность иностранных граждан размещенных в коллективных средствах размещения	млн чел	8,03	**31,77**	**11,48**	**42,98**	**10,86**	**-5,40**
2	Инвестиции в основной капитал средств размещения (гостиницы,места для временного проживания)	млн руб	32 483,4	**6,97**	**42 861,1**	**31,95**	**36 683,0**	**-14,41**
3	Объем платных туристких услуг оказанных населению	млрд руб	166,5	**3,24**	**172,1**	**3,35**	**179,8**	**4,47**
4	Число въездных поездок иностранных граждан (тыс.чел.)	тыс. чел.	**24 390**	**-0,74**	**24 551**	**0,66**	**24 419**	**-0,54**
5	Вклад туризма в ВВП страны	%	3,90	14,71	3,90	0,00	н\д	
6	Экспорт услуг по статье "Поездки" (млрд долл. США)	(млрд. дол.США)	8,90	**14,10**	11,60	**30,34**	11,00	**-5,17**
7	Валовая добавленная стоимость туристской индустрии	млрд. рублей	3 270,70	**25,29**	3 690,80	**12,84**	н\д	

На основании таблицы можно сделать следующий вывод, что число поездок иностранными гражданами в 2019 году снижалось по сравнению с 2018 годом. Экспорт услуг по статье «Поездки» так же продемонстрировал отрицательную динамику на 5,1%. Снизилась динамика размещения иностранцев в гостиницах на 5,4%.

В связи с данными обстоятельствами в Российской Федерации в настоящее время уделяется большое внимание развитию данной отрасли. Главной целью государственной политики Российской Федерации в области туризма является создание современного, перспективного, конкурентоспособного туристского комплекса направленного на удовлетворение широкого круга потребителей не только российских граждан, но и гостей из-за рубежа [2, с. 67-71] .

Наиболее значимыми предпосылками создания современного, перспективного, конкурентоспособного общероссийского туристского комплекса является выявление особых «магнитов» для привлечения

туристов, уникальных достопримечательностей, территорий, архитектурных сооружений, музеев, уникальной природы.

Новыми особыми «магнитами» для привлечения туристов в Россию могут стать следующие.

1. Большой Алтай, магический горный Алтай (Телецкое озеро, горная Катунь, Горный Алтай, Белокуриха, Шерегеш).

2. Большой Урал (Кунгурская пещера, Гора Белая, Мраткино, Абзаково, Бажовские места).

3. Большая Волга (Казань, Нижний Новгород, система водохранилищ на Волге).

4. Кавказ, источник жизни на юге России (Архыз, Эльбрус, Домбай, Мин. Воды, Ессентуки, Кисловодск, Каспий).

5. Юг России, Черноморское побережье (Побережья Крыма, Сочи, Анапы, Геленджика).

6. Большое Золотое Кольцо, реальная этническая Россия (Владимир, Суздаль, Ярославль, Углич, Калуга, Рязань, Тула, Сергиев Посад, Иваново).

7. Русский север и Арктика, впечатляющий Север (Хибины, Онежское озеро, Ладожское озеро, Валаам, Сартовалла, Петрозаводск, Кольский п-ов).

8. Байкал, великое озеро (Прибайкальский и Забайкальский национальные парки).

9. Дальний восток, заповедный восток России (Вулканы Камчатки, Сахалин и южные Курилы, Владивосток).

10. Русская Балтика, маленькая Европа в России (Калининград, Светлогорск, Куршская коса, берег Балтики).

11. Москва (столица России).

12. Санкт-Петербург (музей под открытым небом).

Необходимо повысить конкурентоспособность России как туристического центра, улучшить инфраструктуру, развить инвестиционную привлекательность, усовершенствовать материально-техническую базу.

На сегодняшний день, учитывая постковидный период и экономическую нестабильность в мире, для Российского туризма актуальным является переориентация выездного потока из страны, и развитие внутреннего туризма. Поэтому в 2020 году Ростуризмом был разработан национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», в котором подставлены основные инициативы, целью которых явилось увеличение туристической привлекательности страны. Инициативы были разбиты на следующие отдельные блоки:

1. Обеспечение доступного отдыха для всех слоев населения. Для этого предполагается:

– создать пляжи на берегу «морезаменителей» (рек и озер) на 250 шт., что создаст атмосферу комфорта и отдыха;

– построить новые кемпинги, автокемпинги и глэмпинги по всей стране, на 2000 шт. позволит решить проблему размещения потребителей на природе из-за малого количества представленных кемпингов на территории субъектов РФ;

– развить туристически привлекательные деревени, села и городки на 1500 шт., что приведет к созданию благоприятной среды для сельского и ремесленного туризма;

– осуществить строительство новых локальных круглогодичных тур. магнитов (в т. ч. этно-парков, франшиз развлекательных парков СПА-центры и т.д.) для развития поездок внутри регионов, на 80 шт. что приведет к улучшению здоровья населения;

– проводить ежегодные локальные мероприятия (в т.ч. деловых и спортивных) в каждом субъекте РФ, на 20 шт. больше, итогом станет увеличение инвестиционной привлекательности региона;

– создать национальные брендовые маршруты в большинстве регионов России (маршруты, сформиров. с участием ведущих экспертов), на 150шт. что приведет к узнаваемости городов и их конкурентоспособности за границей.

2. Здоровый, активный отдых и экотуризм:

– обустроить зоны туристской рекреации на ООПТ и прилегающих территориях на 300 шт., что приведет к сохранению окружающей среды;

– осуществить строительство новых и сделать реновацию существующих санаториев, на 70 шт. это повлияет на улучшение качества лечебно-оздоровительных услуг;

– развить и создать федеральные комплексные туристические проекты, на 10 шт. это поспособствует к созданию комфортных условий проживания на территории РФ.

3. Культурно-познавательный туризм:

– сформировать туристически привлекательные центры городов, на 40 шт. в итоге это приведет к возникновению культурной прослойки населения;

– проводить ежегодные федеральные мероприятия (спортивных) в приоритетных макрорегионах, на 5 шт. итогом станет популяризация здорового образа жизни;

4. Пляжный отдых в России:

– построить круглогодичные парки развлечений федерального масштаба на пляжных курортах, на 2 шт.итогом станет развитие культурно-развлекательной сферы;

– оборудовать гостиницы на пляжных курортах подогреваемыми бассейнами для расширения сезона, на 350 шт. что бесспорно приведет к увеличению турпотока;

– осуществить строительство новых и благоустроить существующие пляжи, на 24 км, что приведет массовому потреблению услуг в сфере пляжного отдыха;

– обустроить и провести сертификацию пляжей для соответствия международным стандартам, на 180 шт. это даст уверенность иностранным туристам в качестве потребляемых услуг.

5. Системно развиваем отрасль, стимулируем спрос.

Субсидировать туристические поездки:

– детские поездки, на 150000 чел. позволяют снизить стоимость поездок для туристов, включая отдельную поддержку детских поездок.

Гостиничный фонд по всей стране:

– построить новый номерной фонд (105 гостиниц) это решит проблему размещения иностранных туристов;

– сделать реновацию существующего номерного фонда (150 гостиниц) это повысит конкурентоспособность гостиниц и качеству предоставляемых услуг.

- Продвижение туризма среди населения
- Цифровизация отрасли
- Подготовка кадров и развитие талантов [3].

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что въездной туризм на территорию Российской Федерации необходимо развивать. Положительной тенденцией развития приоритетных направлений таких как, въездой и внутренний туризм, является их значительный рост, при условии, что финансы туристов остаются на территории России и не покидают границы страны. Одной из главных задач в рамках увеличенного выездного международного туризма является удержание темпов роста внутреннего и въездного туризма. Национальный проект 2020 года сможет увеличить приток капитала в нашу страну, обеспечит трехкратный рост внутренних поездок, в шесть раз увеличит количество городов с 7 до 40, создаст туристическую привлекательность центральных районов городов,

обеспечит количество занятых в туротрасли с 2,5 млн. до 4,2, удвоит количество российских граждан в профилакториях и санаториях с 6,7 млн до 11,5 млн человек, создаст комфортные условия для достойного проживания на территории Российской Федерации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Официальный сайт Росстата - URL: https://rosstat.gov.ru/ (дата обращения 27.11.2020).

2. Железная Е. Д., Растегаева Т. Е. Конкурентоспособность и перспективные направления развития туристского комплекса России // Социально-экономические проблемы России. – 2017. – С. 67-71.

3. Официальный сайт Федерального агентства по туризму - URL: https://tourism.gov.ru/ (дата обращения 29.11.2020).

РОССИЯ В 2020 ГОДУ: ВОЗРОЖДЕНИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Бахтова Ю.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность темы связана с тем, что в России внутренний туризм развит недостаточно. Известно, что данный вид туризма в целом устойчив как к экономической, так и политической обстановке, и в некоторых случаях зависит от климатических условий. Внутренний туризм развивает города, инфраструктуру, создает новые рабочие места и повышает качество продукции и услуг за счет большой конкуренции в данной отрасли туризма. На сегодняшний день внутренний туризм в России не является самой прибыльной отраслью в общей структуре доходов страны, но подает большие надежды в развитии и совершенствовании уже существующих направлений.

Основная цель исследования состоит в том, чтобы определить тенденции развития внутреннего туризма в РФ на фоне пандемии коронавируса.

В индустрии отдыха и путешествий внутренний туризм является значимой его частью и приносит ему большую прибыль. Сейчас существует огромное количество государственных и частных организаций, которые предоставляют гражданам разные туристские продукты по огромному количеству направлений – от обычного отдыха в курортных гостиницах и отелях до профилактического лечения в санаториях и базах отдыха.

Прирост по внутреннему туризму продаваемых турпакетов в России в 2019 году составил 5-15%. Доля туроператоров на внутреннем рынке, благодаря адаптации и переназначению технологий с выездного туризма на внутренний, существенно возросла. Согласно агрегированным данным регионов РФ, в представленном выше году Краснодарский край посетили 17 млн туристов, Крым — 7,4 млн туристов, а регион Кавказских Минеральных вод — 609 тыс. туристов. В 2020, в связи с пандемией коронавируса, многие туристы, которые планировали отдыхать летом за границей, отправились восстанавливать свои силы на южные курорты России. Краснодарский край стал принимать у себя туристов и отдыхающих только с середины года. Крым и другие популярные южные направления открылись с июля того же года. Совокупно только в этих трех южных регионах летом отдохнуло более 7 млн человек, что вдвое меньше, чем в летний сезон 2019 года [3].

В 2019 году в топ межрегиональных направлений входили: Санкт Петербург, Москва, Казань, Золотое Кольцо России. Прирост по этому сектору внутреннего туризма относительно небольшой и составил примерно 5%. Туристы путешествуют внутри страны, но при этом, чаще всего отправляются либо в соседние регионы, либо в наиболее популярные, «столичные» регионы.

В середине 2020 года неплохой приток клиентов ощущала и Калининградская область – в июне в регион прилетели втрое больше туристов, чем было в мае, а гостиницы на балтийском побережье загружены более чем на 90%. Это очень хороший уровень, считают отельеры – примерно так же регион был загружен летом 2018 года, когда в России проходил Чемпионат мира по футболу. Но все же по итогам года власти региона не ждут прорыва – в Калининград приедет примерно 900 тысяч туристов против 1,74 миллиона в 2019 году [2].

Туроператоры в 2020 году используют повышенный спрос на внутренние туры и предлагают принципиально новые турпакеты. Впервые запущены чартерные рейсы из Москвы и Санкт-Петербурга в Республики Алтай и Хакасию, перелеты в Республику Бурятия с дальнейшим трансфером туристов на Байкал, а также в города-курорты на Балтийском море: Светлогорск, Зеленоградск, Янтарный. Разрабатываются маршруты, куда прежде можно было добраться лишь на вертолете или водном транспорте. Первостепенная задача — сделать эти места доступными как можно большему количеству людей.

Стимулирование внутреннего туризма — это тренд года во всём мире. В России прошла акция по возврату туристического кэшбэка — до 15% расходов на путешествие. Ростуризм анонсировал проведение в октябре 2020 года второго этапа этой акции, направленной на стимулирование спроса в межсезонье. Как считают участники рынка, второй этап этой акции должен захватить новогодние каникулы и период межсезонья до 1 апреля, а ещё лучше было бы продлить его до 31 мая, чтобы у людей была возможность отправиться на отдых на старте летнего сезона-2021[5].

Государственные целевые программы и иные мероприятия, которые направлены на совершенствование и улучшения качества туристского продукта, создание качественных и современных условий отдыха, обеспечение организаций, предоставляющих туристические услуги, необходимым оборудованием и новыми технологиями являются одними из

наиболее удобных и популярных видов поддержания и восстановления как внутреннего, так и въездного туризма.

Для эффективного развития уже сложившихся направлений внутреннего туризма в России в первую очередь нужно модернизировать и развивать те места и прилегающую к ним инфраструктуру, которые уже давно пользуются у туристов большой популярностью.

В Российской Федерации разработана федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на период 2019-2025 г». В соответствии с распоряжением правительства РФ от 5 мая 2018 г. № 872-р «Об утверждении концепции федеральной целевой программы «развитие внутреннего и въездного туризма в российской федерации (2019-2025 годы)» были определены субъекты РФ и их инвестиционные проекты:

1. Республика Бурятия - туристско-рекреационный кластер «На Великом Чайном пути»
2. Тверская область - кластер круизного туризма отдыха «Волжское море»
3. Карачаево-Черкесская Республика - всесезонный курортный комплекс «Пхия-Кислые источники»
4. Орловская область - кластер культурно-познавательного и делового «Туристический многофункциональный комплекс «ГРИНН»
5. Приморский край - интегрированный развлекательный курорт «Приморье»
6. Хабаровский край - туристско-рекреационный кластер «Амур-Хабаровск»; - туристско-рекреационный кластер «Комсомольский» [4].

Всего в документе таких инвестиционных проектов отмечено 18, из чего можно сделать вывод, что в России начинают зарождаться принципиально новые направления и виды туризма.

К примеру, востребованность медицинского туризма в России вырастет после окончания эпидемии коронавируса. Сейчас становятся как никогда

актуальными продукты медицинского туризма. Эта ниша получит свою историю и в конгрессно-выставочном сегменте. Мероприятия, связанные с медицинским туризмом, будут очень популярны. Запрос на комплексное лечение после снятия запретов на поездки вырастет. Число пациентов, которым необходимо эстетическое лечение, будет меньше до тех пор, пока ситуация полностью не вернется в норму. Появятся и укрепят свои позиции региональные центры медицинского туризма, работающие, в том числе на рынки соседних стран.

Также, в краткосрочной перспективе спрос на авиаперелеты упадет, а автомобильные путешествия станут более востребованными, так как отвечают сразу двум требованиям: безопасности и гибкости в планировании.

Путешествия в формате RV (recreational vehicle – дом на колесах) очень перспективны в нашей стране и в мире в целом. В таком доме на колесах есть все что нужно для комфортного путешествия: душ, туалет, кухня, спальные места на 4–7 человек. Можно совершенно спокойно путешествовать, не контактируя с другими людьми, ездить по национальным паркам и замечательно отдыхать. Для развития данного направления в туризме необходимо организовать нормальную парковку, достаточно большую, с необходимой инфраструктурой для домов на колесах. Самый бюджетный вариант в этом плане – это машина, которая у людей уже есть, плюс палатка. Но и для этого нужна инфраструктура в виде палаточного городка [1].

Несмотря на то, что сейчас происходит в мире из-за не стабильной эпидемиологической ситуации и иных трудностей, Россия имеет огромной и богатый потенциал для развития и совершенствования внутреннего туризма.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Агентство инноваций города Москвы. Туризм 2020г. [Электронный документ] URL - file:///C:/Users/%D0%95%D0%B2%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9/Desktop/Tourism_Prognoz_Covid19.pdf (дата обращения 28.11.2020).

2. Васильев А. «Границы закрыты, курорты открыты. Поможет ли пандемия внутреннему туризму в России?» [Электронный ресурс] Статья от 27.07.2020 г. URL - https://bankstoday.net/last-articles/granitsy-zakryty-kurorty-otkryty-pomozhet-li-pandemiya-vnutrennemu-turizmu-v-rossii#i-2 (дата обращения 11.11.2020).

3. Новостной портал «ТАСС». [Электронный ресурс] Статья от 02.09.2020 URL - https://tass.ru/obschestvo/9349349 (дата обращения 28.11.2020).

4. Распоряжение Правительства №2-Р-18 от 30.05.2018 [Электронный документ] URL - https://tourism.gov.ru/upload/iblock/b6a/%D0%A0%D0%B0%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D0%BE%D1%82%2030.05.18%20%E2%84%96%202-%D0%A0-18.pdf (дата обращения 11.11.2020).

5. Русское географическое общество. ТУРИЗМ-2020: АНАЛИЗИРУЕМ ПРОБЛЕМЫ И ОЦЕНИВАЕМ ОТКРЫТИЯ [Электронный ресурс] URL - https://www.rgo.ru/ru/article/turizm-2020-analiziruem-problemy-i-ocenivaem-otkrytiya (дата обращения 11.11.2020).

ПРИМЕНЕНИЕ DIGITAL–ТЕХНОЛОГИЙ В ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Ермакова А.Н.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Развитие цифровой экономики существенно влияет на функционирование многих видов экономической деятельности, в том числе и на индустрию гостеприимства. В статье проведен анализ современного состояния рынка инноваций в гостиничном бизнесе, охарактеризованы его особенности, приведены реальные примеры использования цифровых технологий. Показана роль информации в условиях цифровой экономики как определяющего фактора развития гостиничной деятельности.

Информационное пространство является источником развития и распространения инновационных технологий, которые с каждым годом

находят применение в большем количестве гостиничных предприятий. Гостиничные услуги являются специфическим продуктом экономики, который требует постоянного развития и совершенствования. Гостиничные предприятия вынуждены применять инновационные изменения в процессе обслуживания, чтобы оставаться конкурентоспособными и сохранять занимаемую на рынке нишу. Технологизация позволяет ускорить время обслуживания на протяжении всего гостевого цикла за счет его полной или частичной автоматизации.

Цифровая экономика включает в себя несколько групп digital-технологий, применяемых во всех отраслях сферы услуг. Среди них выделяют: технологии больших данных (BigData); облачные сервисы; Интернет вещей (IoT): нейросети (искусственный интеллект); умные технологии; технологии определения местонахождения; 3D печать [1].

Наибольший интерес в гостиничном бизнесе вызывает применение умных технологий и нейросетей, которые находятся в непосредственном контакте с гостями и позволяют упростить процесс предоставления услуг постояльцам. Эта группа охватывает различные сегменты цифровой экономики: от развлекательного аудиовизуального оснащения до технического наполнения номера с возможностью дистанционного регулирования в процессе эксплуатации.

Рассмотрим несколько конкретных примеров применения умных технологий в гостиничной сфере.

Проект #360Room был разработан группой дизайнеров и IT-специалистов при сотрудничестве с французским гостиничным оператором AccorHotels. Проект предполагает создание максимально комфортных условий для гостей при помощи инновационных технологий и подвижного дизайна. В номерекаждой детали уделено особое внимание, что в совокупности дает уникальное пространство будущего.

Дизайн мягкой мебели был полностью разработан группой AccorHotels, а технология подвижной мебели была реализована AQCEZ при помощи

электронного управления через iPad. Так, например, освещение имеет разные оттенки: от приглушенного ночного до «световой вечеринки». Абсолютно каждая деталь номера: от автоматизированных оконных жалюзи до ванной, оснащенной цифровым телевизионным экраном – это образец инновационных в мире электроники технологий: домашний кинотеатр и проектор отLG, паровой шкаф LGStyler для автоматического вертикального отпаривания одежды, беспроводная система зарядки от EnergyBleinet, мультимедийная система от Nonius, дверной замок, сейф и мини-холодильник – разработка AssaAbloyHospitality, акустический занавес Formoza и экологические дизайнерские люстры [2].

#360Room – это не просто проект номера с бездумным использованием новейших технологий, это огромный проект совместного сотрудничества и интеграции огромного количества передовых производителей электроники и цифровых услуг и знаменитых дизайнеров и художников.

Digital-технологиям в номере в большей степени уделяют внимание бизнес-туристы: для них важны скорость получения необходимой услуги, комфортный способ ее получения, доступность из любого места отеля и многофункциональность устройства.

С этой целью бренд FourPointsbySheraton установил в номерах телевизор с двумя экранами [3]. Он позволяет осуществлять разные операции на разных мониторах, дополнительно в номере предусмотрены прикроватные наушники, чтобы при воспроизведении различных звуковых материалов в одной комнате постояльцы не мешали друг другу, при необходимости возможно совмещение экранов и их взаимное функционирование.

Более полезной технологией является интеллектуальный термостат компании Nest[3].Функциями данного устройства является фиксирование температуры,предпочитаемой гостем,и обеспечение ее поддержанияв течение всего времени пребывания гостя в номере. Термостат имеет возможность регулирования температуры с мобильного устройства через специальное приложение, также он имеет датчик движения, позволяющий

останавливать систему кондиционирования и экономить электроэнергию при отсутствии постояльца в номере.

Помимо этого, компания Starwood планирует тестировать технологию «умного зеркала»[3], которая представляет собой поверхность, сочетающую функции как обычного зеркала, так и новостной ленты, ленты сообщений в социальных сетях и прогноза погоды. Эффективность и востребованность данной разработки трудно оценить, учитывая возможности, которые предлагают сегодня нейросети.

Искусственный интеллект является следующей тенденцией развития цифровой экономики. Он позволяет перенести часть операций в онлайн-формат и сэкономить время на обработку информации и решение проблем, требующих незамедлительного ответа.

Искусственный интеллект объединяет несколько групп технологий:

- машинное зрение;
- естественный язык;
- виртуальные помощники;
- роботизированная автоматизация процессов;
- расширенное машинное обучение [4].

В гостиничном бизнесе наибольшее распространение получают технологии биометрического сканирования, виртуальные помощники и чат-боты, роботы-дворецкие.

Примером гостиничного предприятия, использующего технологии искусственного интеллекта является крупнейшая гостиничная цепь Marriott, имеющая большой опыт по экспериментальному внедрению новейших технологий в процесс обслуживания. Одной из последних инноваций стала установка в номера специальной версии голосового помощника для отелей – AlexaforHospitality, презентованного компанией Amazon в мае 2018 года [5]. За основу взята «умная колонка» Echo, которая благодаря работе IT-специалистов и дизайнеров стала многофункциональным сотрудником отелей. Alexa настраивается непосредственно под специфику гостиничного

предприятия и дает возможность гостю получать необходимую информацию и заказывать услуги, не покидая номер: узнать расположение ближайшего фитнес-центра и время его работы, зарезервировать место в SPA-комплексе, заказать roomservice, связаться с консьержем или стойкой регистрации. Помимо оказания услуг, непосредственно касающихся контактирования с другими людьми, Alexa может быть настроена для управления «умной техникой» в номере: климат-контроль, настройка осветительных приборов и штор на окнах, воспроизведение музыки и управление телевизором. В будущем компания планирует создать условия, при которых постояльцы во время пребывания в отеле смогут подключать свои аккаунты Amazon для прослушивания домашних плейлистов, что позволит обеспечить домашний уют при сохранении полной конфиденциальности.

Сканирование по биометрическим характеристикам является, пожалуй, самым перспективным направлением развития нейросетей. Его активное проникновение на рынок розничной торговли началось с презентации в 2013 году компанией Apple устройства с встроенным сканером отпечатка пальца TouchID, а в 2017 году Apple представила на рынок смартфон с FaceID – технологией распознавания пользователя по лицу [6]. Вслед за сферой производства мобильных устройств искусственный интеллект с функцией распознавания лиц проник в сферу услуг.

С 2018 года MarriottInternationalиспользует в двух китайских отелях HangzhouMarriottHotelQianjiangand и SanyaMarriottHotelDadonghaiBay при регистрации сервисную платформу Fliggy, принадлежащую AlibabaGroup [7]. Обычная регистрация, согласно исследованиям MarriottInternational, занимает в среднем 3 минуты, при помощи терминала автоматической регистрации этот процесс занимает не больше минуты. Все, что требуется от гостя, — это фотография, сделанная терминалом в момент регистрации, и ввод контактных данных. Обслуживание сервисом Fliggy максимально сокращает возможность ошибки при ручном вводе, сразу после регистрации терминал выдает ключ-карту для доступа в номер.

Не менее популярными являются чат-боты и виртуальные помощники, которые позволяют гостям быстро и удобно получить интересующую информацию, предоставляют ответы на возникшие вопросы и помогают в решении некоторых проблем.

Украинская сеть хостелов DreamHostels создала Telegram-консьержа [8], главными функциями которого являются предоставление информации о достопримечательностях, предприятиях питания и ближайших событиях, проходящих в городе; бронирование места в хостеле; предоставление возможности общения с другими путешественниками в отдельном чате. Основным достоинством виртуального консьержа является круглосуточное время работы.

Пример сети DreamHostels является не единственным на рынке гостиничных инноваций. Курорт ConradHilton на Мальдивских островах создал «Инстаграм-дворецкого», который отвечает за знакомство гостей с местами для съемки. Сеть отелей Ibis в Швейцарии реализовала услугу RelaxWePost, которая занимается обновлением Инстаграм-аккаунта пользователя во время его отдыха от мобильного устройства [8].

Однако среди всех визуальных ассистентов наиболее проработанным можно назвать web-консьержа, разработанного Bnovo, компанией-лидеромрынка программного обеспечения для управления объектами размещения в России, странах СНГ и Европы [9]. Сервис достаточно прост в использовании: требует только приложения телефона к стикеру с QR-кодом и встроенным NFC-чипом. Консьерж предоставляет гостю возможность позвонить на Reception, заказать roomservice, трансфер из отеля, экскурсию по городу или аудиогид по интересующим местам, оставить отзыв об отеле в любом из представленных агрегатов. Для удобства стикеры с кодом размещаются на территории всего отеля и обеспечивают доступ к услугам из разных точек.

За последние годы рынок информационных технологий в сфере гостеприимства существенно расширился: он охватывает практически все

службы гостиничного предприятия. К примеру, служба безопасности использует системы видеонаблюдения и дверные замки с встроенными датчиками биометрического сканирования лиц и иных частей тела, а служба приема и размещения использует виртуальных помощников для регистрации, выселения, оказания дополнительных услуг в процессе проживания.

Однако при внедрении технологий на различных уровнях работы отеля не стоит забывать, что в одном случае – они обеспечат рост количества гостей и прибыли, повышение интереса к гостиничному предприятию и его рейтинга на конкурентном рынке. А в другом случае, при неграмотном подходе к инновациям, обеспечат падение имиджа отеля, снижение прибыли и потерю как реальных, так и потенциальных постояльцев. Оптимальное сочетание дизайнерских идей и технических решений позволит создать отель будущего с индивидуальным подходом к каждому гостю при минимальных затратах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Морозов М.А., Морозова Н.С. Инновационные тренды развития туризма и гостиничного бизнеса в условиях цифровизации // ЕГИ. 2020. №2 (28). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-trendy-razvitiya-turizma-i-gostinichnogo-biznesa-v-usloviyah-tsifrovizatsii(дата обращения: 27.11.2020).

2. #360ROOM: революционная концепция размещения от AccorHotels [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://prohotelia.com/2018/08/360rooms-accorhotels

3. Инновационные фишки и технологии в гостиничных номерах Starwood[Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://prohotelia.com/2015/05/high-tech-hotel-rooms

4. Дадашев З.Ф., Устинова Н.Г. Влияние искусственного интеллекта на экономику // Эпоха науки. 2019. №18. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-iskusstvennogo-intellekta-na-ekonomiku(дата обращения: 26.11.2020).

5. В номерах отелей Marriott появится голосовой помощник Alexa [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://prohotelia.com/2018/06/alexa-for-hospitality (дата обращения 26.11.2020).

6. Сведения о передовой технологии Face ID[Электронный ресурс]. – Режим доступа:https://support.apple.com/ru-ru/HT208108 (дата обращения: 27.11.2020).

7. Marriott тестирует регистрацию в отеле с помощью технологии распознавания лиц [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://prohotelia.com/2018/07/marriott-facial-recognition-check-in)дата обращения 28.11.2020).

8.Украинская сеть хостелов создала «Telegram-консьержа»[Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://prohotelia.com/2018/12/telegram-concierge-dream-hostels (дата обращения 26.11.2020).

9. Официальный сайт компании Bnovo [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://nfc.bnovo.ru (дата обращения: 26.11.2020)

ПЕРСПЕКИВЫ РАЗВИТИЯ НИЖЕГОРОДСКОГО ТУРИЗМА

Зырянова В.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В статье описаны природные рекреационные ресурсы и историко - культурный центр Нижегородской области. Рассмотрены основные мероприятия приключенческого туризма региона. Выявлены перспективы развития туризма в Нижегородской области.

Индустрия туризма является развивающейся отраслью экономической сферы, доходы от которой могу дать серьёзный толчок для развития страны, региона, города. Развитие может проявляться в расширении инфраструктурной базы, потребительского рынка и различных сфер предпринимательской деятельности.

Нижегородская область является одной из ведущих регионов Центральной России. Административным центром области является город Нижний Новгород, который часто называют столицей Приволжья. Город находиться в непосредственной близости к столице и занимает пятое место в стране по численности населения. К предпосылке для развития области как ведущего субъекта Российской Федерации в сфере экономического,

культурного и туристического функционирования можно отнести уникальный ландшафт (разделение города на нагорную и заречную части рекой Окой), живописную архитектуру и мощную производственную базу.

В соответствии с оценками экспертов Нижегородская область входит в 10 перспективных субъектов РФ, где туризм может формировать большую часть доходов регионального бюджета. Нижегородский регион привлекателен такими видами туризма, как культурно-познавательный, лечебно-рекреационный, промышленный, круизный, экологический и сельский [1, с.102].

Согласно опросам, среди пяти тысяч посетителей сайта туристический портал ТурСтат Нижний Новгород занял 7 место в рейтинге самых лучших го-родов для туризма, отдыха и путешествий по России в 2020 году [2].

В настоящее время туристический бренд «Выходные в Нижнем» активно развивается, о чем свидетельствует рост туристических потоков на протяжении последних лет. Нижний Новгород в 2018 году посетило 600 тысяч человек, а к 2019 году количество гостей города выросло до 700 тысяч человек. Данный туристический рост во многом связан с продвижением событийного туризма. За 2019 год в Нижнем Новгороде прошло более 50 уникальных мероприятий различной тематиками и для разной целевой аудиторией. К таким мероприятиям можно отнести фестиваль электронной музыки и технологий Alfa Future People, фестиваль воздухоплавания «Приволжская фиеста», международный фестиваль народных и художественных промыслов «Секреты мастеров» и гастрономический фестиваль «Вилка и стрелка». Событийный туризм области активно осваивает новые площадки для проведения мероприятий, в число которых вкачены ажурные пакгаузы на Стрелке, территория бывшего печатного цеха в здании «Нижполиграфа», где проводятся выставки медиаискуства.

На территории города ежегодно проходит международный фестиваль аудиовизуального искусства «INTERVALS». В течение трех недель на локациях в центре Нижнего Новгорода показаны инсталляции от мировых и

российских медиахудожников. Организаторами события выступают студия «Dreamlaser» при участии «Нижний 800» и при поддержке Правительства Нижегородской области. «INTERVALS TEASER 2020» стал анонсом «INTERVALS 2021» и вошел в событийную программу 800-летия Нижнего Новгорода.

В столице Приволжья идет активная подготовка к празднованию юбилея города в 2021 году, в связи с чем был создан крупный проект «Нижний 800», который подразумевает организацию различных массовых мероприятий, проведение образовательных интерактивов, благоустройство памятников архитектуры, скверов и парков. В поддержку программы создан официальный сайт, на котором представлена информация о проекте, новостная лента, анонсы мероприятий, проекты 800, суть которых в заключается в возможности предложения и реализации проектов и идей для развития города от любого жителя Нижнего Новгорода, физического или юридического лица.

На заседании областного правительства, посвященному развитию туристской отрасли в Нижегородской области, отмечалось, что способствовать увеличению потока туристов до 3,1 млн человек к 2021 году должны предпринимаемые меры в сфере развития туристической отрасли в регионе. Такие цифры связывают в первую очередь с проведением 800-летия столицы Приволжья.

Для повышения конкурентоспособности территории Нижегородской области на «туристическом рынке» разрабатывается гастрономический портрет места, в связи с этим в Проектном офисе Стратегии развития области проходят обсуждения методов и способов развития гастрономического туризма в регионе. Для туристов разрабатывается уникальное гастрономическое меню, которое наполнено легендами с целью создания дополнительного интереса. Во многих регионах России, в отличии от Нижегородской области, существуют местные гастрономические сувениры, к ним можно отнести тульский пряник, чак-чак из Казани, башкирский мёд,

краснодарский чай. Положительная динамика притоков туристов в Нижний Новгород и его область с помощью гастрономических туров возможна лишь при развитии предприятий общественного питания и при оказании поддержки властью ресторанному бизнесу.

Перспективы Нижегородской области в туристической сфере внушительны, что обуславливается развитой транспортной инфраструктурой, близостью к столице страны, уникальностью ландшафта и богатством истории.

Современные телекоммуникационные сети могут помочь в развитии туризма. Передачи, рассказывающие об области как об объекте туристического притяжения, типа выпусков «Орла и решки», ролики телеканала «Пятница», мини фильм «Влюбиться в Нижний», реклама и продвижение в социальных сетях, могут сформировать положительный туристический образ.

Для успешного развития туризма на какой – либо территории необходима заинтересованность и поддержка администрации и правительства. Так, Министерством культуры Нижегородской области создан и функционирует туристический портал Нижегородской области, на котором представлены путеводитель, места, привлекательные для туристов, новости в области туризма, календарь событий и т.д. При поддержке администрации происходит периодический выпуск путеводителей и событийных календарей и их распространение среди туристов. В 2020 году Нижний Новгород вошел в шорт-лист всероссийского проекта «Культурный код», в котором стал победителем, что позволило городу стать площадкой фестиваля уличного искусства. Город считается столицей стрит-арта, благодаря нескольким фестивалям, проводимых на его территории. В поддержу арт-искусства города, создан сайт стритарт.нн, где можно ознакомится с актуальной информацией о проходящих мероприятиях, фотогалереей и картой, на которой отмечены работы уличных художников.

Преимущество региона заключается в уникальном географическом положении. Так, на относительно небольшой территории находятся несколько природных зон: хвойно-широколиственных лесов и лесостепей, южной тайги,

Обусловившим разнообразие ландшафтов, необыкновенное сочетание животного и растительного мира, наличие особенных природных ресурсов: Борнуковская пещера, Ичалковский бор, озеро Светлояр, озеро Вадское, Керженский заповедник.

К сильным сторонам следует отнести возможности региона по развитию перспективных направлений туризма. Круизный туризм приносит самые большие доходы в бюджет области. Круизный туризм по прибережным городам становится возможным благодаря запущенным пассажирских маршрутам на судне «Валдай 45Р» на подводных крыльях по Волге: Нижний Новгород – Городец, Нижний Новгород – Макарьево.

Нижегородская область располагает достаточными ресурсами для развития лечебно-рекреационного туризма.Наличие лечебных грязей и источников минеральной воды различных составов лечебно – рекреационной сферы, квалифицированного медицинского персонала, инфраструктуры размещения и крупных областных туроператоров позволяют успешно развивать экологический вид туризма.

Для развития религиозного туризма в регионе имеется 3 действующих монастыря в Н. Новгороде: Печерский, Благовещенский, Крестовоздвиженский и 9 действующих в области: Свято-Троицкий-Серафимо-Дивевский монастырь, где покоятся мощи преп. Серафима Саровского, Николаевский Георгиевский Абабковский монастырь; Никольский и Спасский монастыри в Арзамасе и ряд недействующих полуразрушенных монастырей.

Губернатор Нижегородской области, Глеб Никитин считает, что благодаря формированию кластера Арзамас – Дивеево - Саров, к 2025 году может привести к увеличению количества туристов до 1 млн человек (безусловно,

при параллельном создании соответствующей инфраструктуры). Такие серьёзные цели поставлены не случайно: общая сумма финансирования кластера достигает 14 млрд рублей, большая часть которой – средства федерального бюджета. За последние два года был проведен ряд мероприятий по обновлению и реорганизации существующей инфраструктуры кластера (был восстановлен Успенский собор Свято-Успенского монастыря Саровской пустыни, открыт Центр славянской культуры в с. Дивеево, организованы пути и сообщения на данный территориях, построен мост в Сарове, высвобождены исторические здания, которые занимали гражданские структуры и др.) [3].

В Нижегородской области остается ряд проблем туристической сферы, несмотря на проводимую работу в области туризма. Общее состояние различных сфер жизнедеятельности региона зависит оперативности и качества решения данных проблем. Главной трудностью, препятствующей стремительному развитию туристического бизнеса в столице Приволжья является отсутствие четко выраженного «портрета туриста», его особенностей и предпочтений. В связи с этим сложно выработать концепцию развития туризма в Нижегородской области, которая будет приносить наибольший положительный эффект.

Актуальной проблемой на сегодняшний день остается проблема распространения качественной и содержательной рекламы, в том числе в сети Интернет. Ограниченный объем активной рекламы и недостаточный уровень качественного развития содержательного аспекта являются наиболее острым вопросом в развитии туристической деятельности региона. В существующих рекламных компаниях раскрывается не полный перечень мест, которые могли быть интересны потенциальным гостям города.

К слабым сторонам туризма в регионе следует отнести недостаточно развитую инфраструктуру в городах области, плохое состояние памятников, которые нуждаются в капитальной реконструкции и следовательно, вложения средств, отсутствие удобств около памятников, смотровых

площадок, освещения, плохое состояние дорог, отсутствие обустроенных мест для причалов судов, недостаточное благоустройство мест общественного пребывания.

Таким образом, Нижегородская область – является одним один из наиболее развитых субъектов Российской Федерации с серьезным фундаментом для развития туризма. Данное развитие зависит от региональных властей, от их работы по реализации проектов в сфере туризма в разных направлениях. Для развития кластера целесообразно создание крупных региональных туристических операторов на основе государственно-частного партнерства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Пятаева Е.В., Ломовцева А.В. Развитие культурно-познавательного туризма в Нижегородской области / Сборник «Туристско-рекреационный потенциал и особенности развития туризма и сервиса». Материалы Международной научно-практической конференции. – Калининград, 2019. С.101-105.

2. Лучшие города для путешествий в России 2020: ТурСтат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://turstat.com/topcityrussiatravel2020 (дата обращения 21.11.2020).

3. Число посетителей кластера Арзамас-Дивеево-Саров может вырасти до миллиона к 2025 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://strategy.government-nnov.ru/ru-RU/news/498 (дата обращения 12.11.2020).

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Клюшина Е. И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время туристическая отрасль является одной из ведущих отраслей мировой экономики. Во многих странах мира туризм играет важную роль в формировании валового внутреннего продукта, в развитии социально-экономической сферы, а также в активизации баланса внешней торговли. Развитие туризма зависит от ряда факторов: демографических, религиозных, исторических, социально- экономических и политико-правовых [3].

Стоит отметить, что туризм в Ростовской области набирает обороты в своем развитии. Живя в суматошном ритме современности, но не теряя своей самобытности, обладая буйным южным темпераментом, Ростовскую область считается одним из самых своеобразных регионов России. Количество туристов там увеличивается с каждым годом. На развитие туризма в этом регионе оказывает влияние наличие уникальных природных ресурсов, памятников истории, культуры, искусства и развитой туристской инфраструктуры.

Благоприятный и приятный умеренно-континентальный климат региона, наличие привлекательных ресурсов для отдыха и богатство культурного наследия привлекают туристов абсолютно со всех уголков нашей страны.

В Ростовской области представлены следующие виды туризма:

- культурно-познавательный туризм - 44%.
- деловой туризм - 19,2%
- оздоровительный туризм - 12%
- событийный туризм - 8%

- спортивный туризм - 4,8%

- круизный туризм - 3%

- остальные виды туризма составляют 9% [9].

Необходимо отметить, что развитие делового и событийного видов туризма послужило импульсом для создания бренда территории донской столицы, а именно «Папа Ростов-на-Дону» [6].

Также большую ценность для организации рекреационного отдыха представляют песчаные пляжи Азовского побережья, невысоких берегов Дона и Северного Донца, Цимлянского водохранилища.

Важную роль в развитии туризма на территории Донского края играет горный ландшафт. В низинных степях Донецкий хребет является уникальным природным явлением, к тому же это чрезвычайно живописная территория - единственное место в регионе, где за счет исключительной изрезанности рельефа создается полное впечатление горной страны в миниатюре. Пороги и небольшие водопады образуются в долинах малых рек. Песчаные районы образуются при впадении притоков в Северский Донец и Дон. Особенно знаменит Кундрюченский песчаный пейзаж. Перечисленные районы подходят для пеших прогулок, отдыха на выходных и спортивного скалолазания.

Донские ландшафты могут быть интересны любителям рыболовства (река Маныч, Пролетарское и Веселовское бассейны) и грязелечебных ванн (Грузское грязевое месторождение).

Особенно интересно, что в области разработан комплекс маршрутов «Серебряная подкова Дона», ставший туристическим брендом Ростовской области. Он соединяет важнейшие туристические центры региона, включает образовательный, водный, экологический, сельский, этнографический и другие виды туризма и формирует сеть небольших кольцевых маршрутов, рассчитанных на 1-2 дня и отвечающих различным потребностям туристов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что Ростовская область, характеризуются как перспективный регион во всероссийском сегменте

туристической индустрии. Регион занимает 33 строчку в рейтинге по показателям туристической привлекательности для гостей.

По данным Федеральной службы государственной статистики за 2018 год туристический рынок Ростова-на-Дону включал 45туристских предприятий (17 из которых осуществляют туроператорскую деятельность) и 503 средства размещения [10]. Многие из них прошли обязательную классификацию - «четыре звезды», что позволило принять гостей и участников чемпионата мира по футболу в 2018 г. Город-организатор за июнь суммарно принял около 190 тыс. болельщиков [8].

За исследуемый период были введены в эксплуатацию ряд крупных объектов размещения, таких как: «Radisson Blu Ростов» (категория 4 звезды), «Ramada Hotel & Suites Rostov-on-Don» (категория 4 звезды), гостиница «Меркур» (категория 4 звезды), отель «Графский парк» (категория 4 звезды) и др.

В таблице 1 представлены статистические данные за 2014-2018 годы о количестве действующих туроператорах, туристических и экскурсионных агентств Ростова и области, свидетельствующие о росте объема услуг [10].

Таблица 1

Статистические данные по туристским предприятиям Ростовской области в 2014-2018 гг.

Вид деятельности	2014	2015	2016	2017	2018
Смешанная	27	34	30	42	45
Туроператорская	6	4	14	10	17
Турагентская	285	270	210	215	260
Экскурсионная	10	12	14	—	—

Данные таблицы демонстрируют, что в 2018 году число туристских предприятий выросло более чем на 20 %. Более 80 % из них составили агенты, на долю туроператоров пришлось 5,3 %, компаний, совмещающих

турагентскую и туроператорскую деятельность, насчитывается 14 %. За 2018 год турфирмам удалось реализовать 60 825 турпакетов. Эти показатели почти в 1,5 раза больше, чем в 2016 году (37 022 турпакета).

Поток туристов в регион за 2018-2019 гг. составил более 1 млн. человек в год. Это позволило региональному туристическому рынку обеспечить около 12 млрд. рублей добавленной стоимости [4].

В таблице 2 представлены данные, отражающие динамику роста количества предприятий гостиничной индустрии за 2014-2019 гг. [10].

Таблица 2

Количество средств размещения в Ростовской области в 2014-2018 гг.

Год	Число организаций размещения	Число мест в средствах размещения, ед.	Численность размещенных лиц, тыс. ед.
2014	317	14264	652,1
2015	362	16696	755,7
2016	399	17468	812, 1
2017	441	18994	962,9
2018	503	23479	1151,2
2019	633	23473	1413,1

Чемпионат FIFA 2018 года стимулировал к развитию и предприятия общественного питания, которые озадачились составлением меню на иностранных языках, повышением квалификации специалистов. Сотрудники многих заведений прошли языковую подготовку. В меню многих ресторанов появилась исконная донская кухня, а в алкогольной карте - вина местных хозяйств и шампанское ростовского комбината [7]. Таким образом, южный регион возродил статус «винного кластера» как эффективную форму организации гастрономического туризма.

Серьезным шагом в развитии туризма на территории Ростовской области стало открытие в декабре 2017 года в донской столице современного аэропорта «Платов». Это дало уникальную возможность увеличить приток

туристов, поскольку сам аэропорт стал туристической достопримечательностью. Аэропорт позволил дополнительно принимать до 11 миллионов туристов вгод.

Для дальнейшего успешного функционирования и развития туристической отрасли в Ростовской области правительством были поставлены задачи, выполнение которых потребовало финансовых затрат на организацию ряда мероприятий, как на региональном, так и на государственном уровне.

Согласно отчету о реализации государственной программы Ростовской области «Развитие культуры и туризма», утвержденной Правительством Ростовской области о 25 сентября 2013 г., за 2017 год проведено [1]:

- подготовка необходимой документации для принятия решения о включении объектов культурного наследия, выявленных в Единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, в качестве объектов культурного наследия регионального значения;

- принятие ряда мер по включению информации о 2287 объектах археологического наследия в федеральную систему;

- обеспечение работы 32 автономных и бюджетных учреждений, подчиненных Министерству культуры и туризма Ростовской области;

- предоставление жителям и гостям города 3410 спектаклей и концертных программ, в которых приняли участие 999,1 тыс. человек. люди; 418 выставок, музеев, которые посетило свыше 1,3 миллионов людей;

- приобретение и оснащение 38 культурных центров в 25 муниципальных образованиях области;

- капитальный ремонт системы электроснабжения в государственной «Донской публичной библиотеке»;

- выполнение капитального ремонта 30 муниципальных учреждений культуры;

- оказание государственной помощи в виде предоставления субсидий субъектам туристической отрасли на частичное возмещение затрат [1].

В 2019 году Ростовская область учувствовала в международных туристических выставках, таких как «Интурмаркет», «Мир без границ» и «Гостеприимный Дон», где были представлены различные коллективные стенды туристической привлекательности региона.

В настоящее время важнейшими направлениями развития туризма в Ростовской области являются развитие и поддержка внутреннего и въездного туризма. Об этом свидетельствует новая государственная программа «Развитие культуры и туризма» на период 2019-2030 годы, утвержденная постановлением Правительства Ростовской области от 17.10.2018 № 653.

Целями программы являются:

- сохранение и развитие культурного и исторического наследия Ростовской области, а также комплексное развитие туризма для формирования конкурентоспособной туристской индустрии, способствующей социально-экономическому развитию Ростовской области;

- создание условий для увеличения количества посещений учреждений культуры и для сохранения и восстановления культурного и исторического наследия Ростовской области;

- создание условий для увеличения туристического потока в Ростовской области.

Приоритетные направления развития сфер культуры и туризма определены Стратегией государственной культурной политики на период до 2030 года и Стратегией развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. Согласно новой программе, опубликованной на сайте правительства Ростовской области, в 2019 году на финансирование было потрачено порядка 4,3 миллиарда рублей. При этом в последующие годы финансирование будет уменьшаться.

Программа рассчитана на 2019-2030 годы, а ее общий объем финансирования составит почти 30,5 млрд рублей. В 2020 году будет

выделено почти в два раза меньше, чем в 2019 году - 2,6 млрд рублей. Тогда как в 2021 году - уже 2,4 миллиарда рублей, в последующие годы - 2,3 миллиарда рублей [2].

По истечению срока реализации программы «Развитие культуры и туризма» ожидается рост привлекательности региона для туристов, и нахождение объектов культурного наследия областной собственности в удовлетворительном состоянии, доступность культурных ценностей для населения Ростовской области повысится.

Таким образом, можно сделать вывод, что туристическая отрасль в Ростовской области развивается достаточно динамично. Ростовская область становится не только социально-политическим и экономическим, но и культурным центром Южного федерального округа, формируется транспортная инфраструктура региона, что немаловажно для путешествующих туристов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Государственная программа Ростовской области «Развитие культуры и туризма» до 2020 года утверждена постановлением Правительства Ростовской области от 25.09.2013 N 587 // [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: http://dontourism.ru/StaticTexts.aspx?id=odcp (дата обращения 27.11.2020).

2. Государственная программа Ростовской области «Развитие культуры и туризма» в 2019-2030 годов утверждена постановлением Правительства Ростовской области от 17.10.2018 N 653 // – [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: https://www.donland.ru/documents/9750/

3.Квартальнов В.А. Туризм: теория и практика. – Учебное пособие. М. : Финансы и статистика. 232 с.

4. Количество туристов на Дону. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: https://rg.ru/2015/07/24/reg-ufo/turizm.html (дата обращения 27.11.2020).

5. Областной Закон о туризме в Ростовской области. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: http://www.donland.ru/documents/O-turizme-v- Rostovskojj-oblasti?pageid=128483&mid=134977&itemId=27016 (дата обращения 27.11.2020).

6. Официальный туристический портал города Ростов-на-Дону– [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: https://tourism.rostov-gorod.ru (дата обращения 27.11.2020).
7. Стативка И.В., Безуглова М.Н. Как Чемпионат мира по футболу 2018 повлияет на индустрию гостеприимства в г. Ростове-на-Дону? // Интернаука. - 2017. - N26 (30). - [Электронный ресурс] – URL: https://www.internauka.org/archive2/internauka/26(30).pdf (дата обращения 27.11.2020).
8. Статистика прироста турпотока в города матчей Чемпионата Мира по футболу FIFA 2018. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: http://travel.vesti.ru/article_41138 (дата обращение 27.11.2020).
9. Туризм в Ростовской области. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа -URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Туризм_в_Ростовской_области (дата обращения 27.11.2020).
10. Федеральное служба государственной статистики. – [Электронный ресурс].– Режим доступа -URL:https://rosstat.gov.ru (дата обращения 06. 10.2020).
11. Хачатрян Д.С. Перспективы развития туризма в Ростовской области. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа - URL:http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2018/12/regionaleconomy/Bezuglova_Khachatryan(дата обращения 27.11.2020).

EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ДОХОДНОСТИ ОТЕЛЯ

Ковальчук В. Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Гостиничный бизнес в современном мире является одной из сложнейших сфер деятельности. Это обуславливается тем, что сфера гостеприимства – одна из наиболее динамично развивающихся и меняющихся в современной мировой экономике. С каждым днем открывается все больше гостиничных предприятий различных категорий, совершенствуется спектр предоставляемых услуг и качество обслуживания. Такое динамичное развитие, хотя и оказывает положительное влияние на

саму сферу гостеприимства, но вместе с тем и усложняет задачу отельерам, которые должны своевременно подстраивается под эти изменения, совершенствоваться, искать новые способы привлечения гостей [1].

В ситуации, сложившейся на рынке гостиничных услуг, каждый отель пытается занять лидирующую позицию, однако конкурировать в подобных условиях становится все труднее. Спектр новых услуг, которые отель может использовать для привлечения гостей, становится все меньше, равно как и спектр инструментов продвижения. Классическая реклама становится все менее эффективной в силу своей излишней навязчивости. Для того, чтобы в условиях динамично развивающегося рынка сохранять свою конкурентоспособность и уникальность, представители индустрии гостеприимства используют такой инструмент продвижения как event-менеджмент [1].

Event-менеджментом в мировом бизнес-сообществе принято называть деятельность по организации и управлению мероприятий. Несмотря на то, что организация мероприятий существует уже давно, в отдельную, самостоятельную сферу она трансформировалась всего 15 лет назад. Ранее данная сфера считалась одной из составных частей таких отраслей экономики, как гостиничное дело, туризм и шоу-бизнес. Теперь, когда организация мероприятий стала самостоятельной отраслью и начала активно развиваться, к ней подключился коммерческий сектор, стали активно проводиться деловые мероприятия с целью обмена информацией и опытом [2].

Мероприятие определяется как заранее запланированные организатором по месту, времени и по теме действия, проводимые организатором для участников в своих целях.

Event– это какое-либо событие, мероприятие, связанное с организаций праздников, пиар акций, презентаций, встреч заранее приглашённой аудитории.

В широком смысле целью организации event-мероприятий является объединение воедино места, времени и атмосферы, которые будут способствовать адекватному, положительному восприятию информации потребителем.

В гостиничном бизнесе event-менеджмент активно используется в целях продвижения существующих и презентации новых отелей, повышения узнаваемости гостиничных брендов на определенных территориях, установления контактов с корпоративными и частными клиентами, повышения лояльности СМИ и администрации города, выстраивания долгосрочных, эффективных связей с потенциальными партнерами [1].

Для привлечения гостей и заключения долгосрочных партнерских отношений со сторонними организациями подходят тематические выставки, проводимые на базе отеля. Темы выставок могут быть самыми разнообразными – профессиональная техника для отельеров и рестораторов, выставки картин известного художника,свадебные выставки и др. Подобного рода мероприятия привлекут внимание как к отелю, так и к выставляемому продукту. Кроме того, отель получает дополнительную прибыль от сдачи в аренду локаций и стендов для участников выставки. К примеру, если организовать на базе отеля свадебную выставку, то посетители смогут в одном месте заказать все необходимое для своей предстоящей свадьбы, и, возможно даже забронировать один из ресторанов отеля для свадебного банкета. При организации выставки специальной профессиональной техники для отельеров и рестораторов отель получает партнерские отношения с производителями этой самой техники и, возможно, корпоративную скидку на выставляемую продукцию [1].

Еще одним способом привлечения гостей и повышения доходности отеля является приглашение знаменитостей: организация концертов и презентаций на базе отеля. К примеру, в отель можно пригласить писателя с презентацией его новой книги. Организация подобного мероприятия поспособствует увеличению загрузки, так как многие из участников,

особенно те, кто прибыл из других городов, захотят остаться в отеле на ночь. Кроме того, подобное мероприятие может привлечь внимание СМИ и поспособствовать его освещению в прессе, что так же окажет благоприятное влияние на репутацию и узнаваемость отеля [1].

Эффективным средством привлечения гостей в отель являются также ежегодные мероприятия, приуроченные к праздникам: празднование 8 марта, Нового года, Рождества, Пасхи и др. Во многих отеляхтакже заведена традиция ежегодного празднования «дня рождения отеля». В этот день, как правило, организуется банкет или фуршет, и развлекательная программа для всех желающих. Событие, обычно, анонсируется заранее, а количество мест строго ограничено. Кроме того, «день рождения отеля» может не иметь определенной даты и быть приурочено к любому дню и сезону, следовательно, подобное мероприятие может выступать инструментом регулирования и сглаживания сезонности спроса на услуги отеля. В целом, организация ежегодных мероприятий способствует повышению уровня доверия и лояльности гостей к отелю [3].

Еще одно направление гостиничногоevent-менеджмента, которое только набирает популярность – организация клиентских мероприятий для различных брендов. Отель заключает соглашение с крупными компаниями, брендами и организует их мероприятия на своих площадках. Результатом такой коллаборации становятся взаимовыгодные партнерские отношения между отелем и брендом, аудитория которого попадает на площадку отеля. Компания-партнер получает высокий уровень сервиса по стандартам отеля, помощь в организации мероприятий и постоянный уровень качества обслуживания, а, для отеля преимущество такого сотрудничества заключается в привлечении на свою территорию аудитории, которая потенциально может стать лояльными гостями. Приглашенные гости знакомятся с местом проведения мероприятия и формируют свое мнение об отеле. Кроме того, компания-партнер, нуждающаяся в продвижение своего продукта, может предоставлять своюатрибутику с фирменными знаками и

наименованием бренда в отель, организовывать для гостей отеля развлекательную программу. В том случае, если мероприятие, организуемое брендом, принимает значительные масштабы, оно может быть освещено в СМИ, что поспособствует продвижению как самого бренда, так и отеля. Таким образом, отель лишь предоставляет свою площадку, получая при этом интересную развлекательную программу для гостей, освещение мероприятия в СМИ и партнеров со схожими целями [4].

Современным городским отелям, располагающим конференц-залами и бизнес-центрами, также не стоит упускать из внимания организацию бизнес-мероприятий: бизнес-форумы, конференции, бизнес-семинары, тренинги, круглые столы, деловые приемы и др. Среди бизнесменов, предпринимателей и крупных коммерческих организаций стремление к постоянному развитию, обмену опытом и обучению персонала с каждым годом усиливается. Это обусловлено тем, что подобные мероприятия способствуют развитию бизнеса, генерированию новых идей. Стоит отметить, что успех такого мероприятия в большей степени зависит от уровня его подготовки и организации. Предприятия готовы к долгосрочному и взаимовыгодному сотрудничеству с отельерами, которые занимаются организацией бизнес-встреч на высокопрофессиональном уровне. Кроме того, в последние годы все большую популярность набирает образовательный бизнес. Успешные маркетологи, дизайнеры, фрилансеры и бизнесмены стремятся поделиться своим опытом с другими и все чаще организуют групповые и, зачастую, многодневные тренинги, курсы, личные консультации исеминары, а гостиничные конференц-залы могут успешно выступать площадками для подобных мероприятий [5].

Кроме классических event-мероприятий, традиционно организуемых в отелях, существуют также специализированные, тематические мероприятия, искусственно создаваемые отделом маркетинга гостиницы. Основной целью таких мероприятий является повышение загрузки отеля в низкий сезон. Как рассказывает учредитель и генеральный директор управляющей компании

«Ателика», Алексей Высоканов, оптимальными вариантами для повышения загрузки отеля в низкий сезон являются «корпоранты» и частные гости.Event-менеджмент загородного отеля в Московской области «Ателика липки» 2**, для привлечения гостей и повышения доходности отеля в низкий сезон организует следующие мероприятия:

1. Программы выходного дня.

Большая территория отеля может использоваться для организации различных развлекательных программ по выходным дням: квестов, конкурсов, анимаций для детей и взрослых, театральных постановок, спортивных соревнований, например по настольному теннису. Для загородного отеля актуальны такие мероприятия, как барбекю на территории отеля.

2. «Октоберфест» – осенний тематический фестиваль, посвящённый дегустации различных сортов пива, длительностью в несколько недель.

3. «Праздник молодого вина» – событие выходного дня, включающее вечеринку в греческом стиле, танцы и конкурсы.

4. Детские развлекательные программы на период школьных каникул.

5. Фестиваль самогонщиков – представляет собой конкурс для самогонщиков с денежным вознаграждением за призовые места. «Самогонщики» организуют бесплатную дегустацию своей продукции для гостей, а мероприятие сопровождается анимацией и развлекательной программой [6].

Таким образом, посредством грамотного event-менеджмента, отель может не только значительно повысить доходность, но и заключить взаимовыгодные партнерские отношения с компаниями и брендами, получить новых лояльных гостей, а так же сгладить сезонные колебания спроса на гостиничные услуги за счет искусственного создания событий.

В современных условиях высокого уровня конкуренции на рынке гостиничных услуг, использование такого эффективного инструмента привлечения гостей, как event-менеджмент является обязательным условием сохранения конкурентоспособности гостиничного предприятия, повышения его загрузки, формирования его благоприятного имиджа, и, как следствие, повышения доходности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Винтайкина Е.В., Кузьмичева А.С. Организация ивент-мероприятий в отеле с целью привлечения целевой аудитории // Образование. Наука. Научные кадры.2019. №3.
2. Ермаков Сергей Геннадьевич, Макаренко Юлия Алексеевна, Соколов Николай Евгеньевич Event-менеджмент: обзор и систематизация подходов к организации мероприятий // Управленческое консультирование. 2017. №9 (105).
3. Событийные мероприятия как инструмент повышения дохода в отеле – реальность или миф? [Электронный ресурс]. URL: https://hotelier.pro/news/item/3967-sobytijnye-meropriyatiya-kak-instrument-povysheniya-dokhoda-v-otele-realnost-ili-mif/,(Дата обращения: 20.11.2020).
4. Организация мероприятий в отеле: как это устроено? Кейс. [Электронный ресурс]. URL: https://welcometimes.ru/opinions/organizaciya-meropriyatiy-v-otele-kak-eto-ustroeno-keys,(Дата обращения: 20.11.2020).
5. Деловые мероприятия: форматы, особенности организации [Электронный ресурс]. URL: https://buyingbusinesstravel.com.ru/glossary/term/delovye-meropriyatiya/, (Дата обращения: 22.11.2020).
6. Как повысить загрузку загородного отеля в низкий сезон [Электронный ресурс]. URL:http://expo.openhospitality.org/kak_povisit_prodazhi_zagorodnogo_otelya_v_nizkiy_sezon, (Дата обращения: 26.11.2020).

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Козлова А. М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Последние годы наблюдается бурное развитие гостиничного бизнеса в России. В первую очередь это связано с Чемпионатом Мира по футболу, который проходил в 2018 году. Так, по данным Росстата за последние 5 лет количество средств размещения увеличилось примерно на 40% (рис. 1).

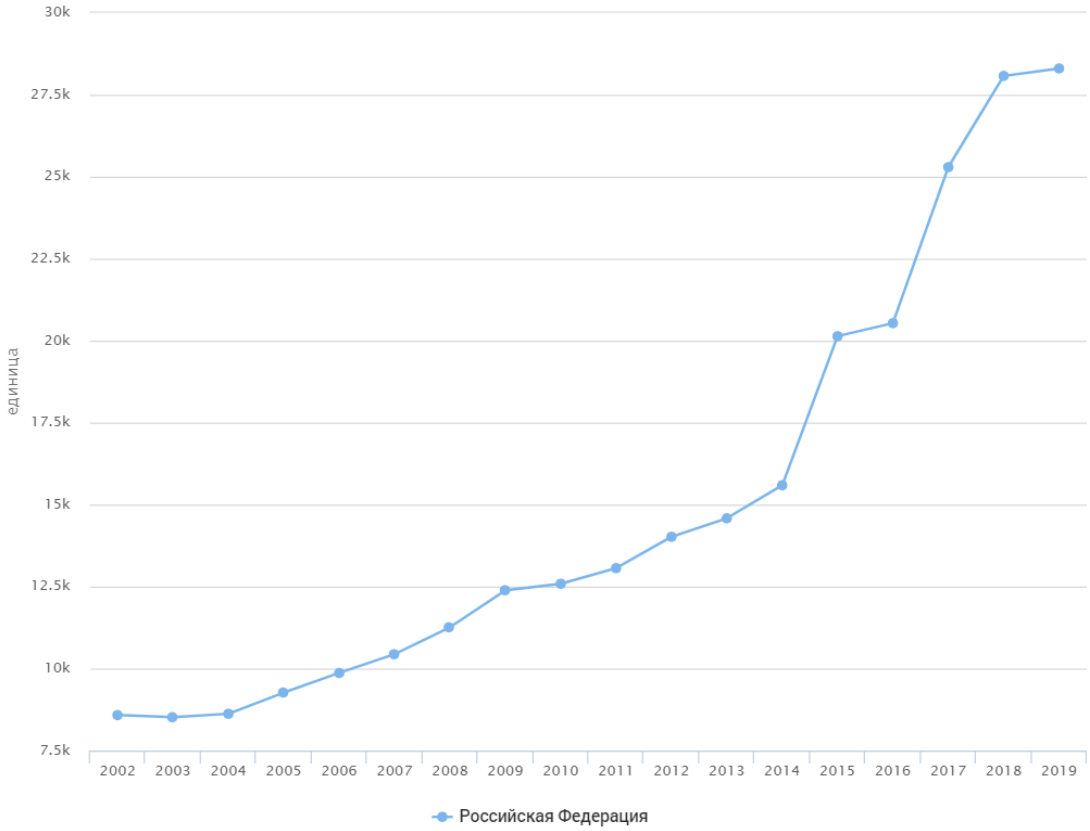


Рис. 1. Число коллективных средств размещения (единица, значение показателя за год) [1]

Разумеется, положительные тенденции наблюдаются и в совершенствовании качества оказываемых услуг: многие гостиницы стали перенимать мировой опыт и внедрять современные технологии. Но прогресс не стоит на месте, современная обстановка требует поиска новых решений. Можно выделить несколько тенденций в гостиничном бизнесе, которые уже

активно распространяются в мире: экологичность, создание общего рабочего пространства (коворкинги, выставочное пространство) и новых видов средств размещения, компьютеризация и цифровизация. Постепенно эти тренды начинают распространяться и в России.

В данной статье подробно исследованы основные мировые тенденции развития в гостиничном бизнесе, а также рассмотрено какова их перспектива развития на российском гостиничном рынке.

Гостиницам важно идти в ногу со временем, потому что с каждым годом борьба за потребителей становится все жестче. Гость теперь предъявляет намного больше требований к уровню сервиса и оказываемым услугам, именно поэтому сейчас перед отельерами стоит очень сложная задача: в условиях высокой конкурентной борьбы привлечь новых гостей и предложить им такие услуги и обслуживание, чтобы новые клиенты стали постоянными гостями отеля. Выполнить эту задачу поможет внедрение инновационных технологий, которые являются фактором глобального конкурентного преимущества и роста прибыли [2].

С развитием экономики и увеличением предложений услуг по размещению на российском рынке гостиницы столкнулись с теми же проблемами, что и гостиницы по всему миру, поэтому сейчас можно наблюдать как мировые тренды гостиничного бизнеса начинают покорять и Россию.

Разумеется, для того, чтобы новые технологии оказались эффективными, их не стоит вводить слишком быстро, без правильно выбранной стратегии и разработанного плана развития предприятия. В противном случае они могут стать причиной убытков, снижения конкурентоспособности или даже банкротства.

Далее подробнее рассмотрим мировые тенденции в гостиничной сфере.

1. *Экологичность.* В современном обществе остро стоит вопрос экологии. Деятельность человека особенно в течение XX века привела к

многим необратимым последствиям. Этот тренд присутствует во всех сферах жизни, поэтому гостиничная отрасль не могла остаться в стороне.

Стоит заметить, что технологии в области экологии самые дорогие, поэтому некоторые отели не хотят их внедрять, несмотря на то, что в перспективе это принесет хороший результат, который не только улучшит имидж гостиницы, но и увеличит ее доходы, так как всё больше людей готовы платить более высокую стоимость за услуги, если этим они помогают «спасать планету».

Есть много вариантов, как использовать «зеленую тему» в гостиницах:

– здание и оснащение гостиницы, сделанное из натуральных материалов (дерево, камень и др.);

– получение сертификации LEED (Leadership in Energy and Environmental Design – лидерство в энергоэффективности и экологическом проектировании – признанная во всем мире программа сертификации зданий, которая подтверждает применение самых эффективных и экологичных методов проектирования и строительства [3]);

– использование дождевой воды и солнечных панелей;

– специальное меню ресторана для вегетарианцев и веганов;

– использование местных материалов при строительстве или при оказании услуг (например, продукты питания местного производства);

– ограничение или полностью исключение потребления пластика;

– раздельный сбор мусора и дальнейшая его переработка (например, можно делать компост из отходов службы питания);

– установка датчиков движения для экономии электроэнергии и др.

Этот тренд больше распространен в странах Запада (ЕС, США, Канада), а также в Австралии [4]. Тема экологичных технологий в России только начинает свое развитие, поэтому в гостиничном бизнесе первопроходцами здесь являются международные сети.

2. *Создание общего рабочего пространства.* Новый тренд, который так же пришел с Запада. Он предполагает, что некоторую часть площади отеля можно переделать под «коворкинг» (пространство для работы людей разных профессий) или же можно организовать выставочный зал. Это поможет загрузить большую имеющуюся площадь гостиницы и соответственно получить с предоставленной аренды площади дополнительный доход. Кроме того, это прекрасная возможность привлечь новые сегменты клиентов. Успешный пример применения этого тренда - Ace Hotel в Нью-Йорке, который преобразовал территорию лобби в коворкинг. Сейчас это популярное место для встреч и работы, здесь собираются представители совершенно разных профессий. Большой поток гостей коворкинга позволяет также получать доход и предприятиям питания на завтраках, обедах, ужинах и кофе для клиентов.

3. *Создание новых видов средств размещения.* Возможность эффективного использования площади гостиницы появляется и при создании новых форм средств размещения. Коливинг – одна из таких форм, которая предполагает проживание людей с общими интересами на общей площади. Как правило, коливинги популярны у молодежи, хотя в таких сообществах можно найти и специалистов в своей области. Популярность коливингов у молодежи легко понять – они дают прекрасную возможность погрузиться в среду единомышленников, что есть большим преимуществом в профессиональном развитии.

В России коливинги как и коворкинги только начинают развиваться, но довольно быстро приобретают известность, так что в ближайшем будущем, мы скорее всего увидим их широкое распространение.

4. Компьютеризация и цифровизация. Одна из самых больших и важных инноваций в современном мире. Электронные технологии сейчас внедряются во все сферы нашей жизни, и, разумеется, они не могли не затронуть и гостиничный бизнес. Многие отели уже давно стали

использовать специальные программы для регистрации гостей, в странах Азии стали появляться отели, где некоторых сотрудников заменили роботы.

Цифровизация как и экология дает большие возможности для модернизации гостиничной отрасли. Приведем несколько примеров.

– Smart-управление номером (с помощью приложения на телефоне или специального планшета можно управлять номером: включать / выключать свет, кондиционер, набирать ванну и др.).

– Голосовой помощник в номере (например, Алиса от Яндекс);

– Бесключевой доступ в номер (с помощью кода или приложения на телефоне).

– Специальный планшет для заказа услуг отеля (гость может связаться с сотрудником отеля, сделать заказ из ресторана, оставить заявку на уборку и т.д.).

– Smart-TV в номере, подключенное к интернету, с помощью которого гости могут смотреть фильмы и свои любимые потоковые сервисы, например, Netflex.

– Установка «Умных стекол», которые могут транслировать видео, менять степень прозрачности в зависимости от потребностей гостей. Их особенно удобно устанавливать в конференц-залах [5].

Возможности, которые предоставляют нам электронные технологии, намного шире, тем те, которые приведены здесь. Эта одна из самых быстро развивающихся сфер, технологии быстро меняются, на смену старым приходят новые.

Цифровизация гостиничной отрасли в России не уступает некоторым западным странам. Конечно, значительнее в этом преуспевают международные сети, у которых есть больше ресурсов для внедрения инноваций, но и другие гостиничные предприятия постепенно внедряют данные технологии [6].

Инновации и тренды в сфере гостеприимства играют большую роль. В настоящее время можно наблюдать, как меняется рынок и соответственно с

ним гостиничные предприятия и гостиничный продукт. Инновации и тренды вносят свои коррективы. Всё меньше остается гостиниц, которые работают по старым технологиям, и всё больше появляется гостиниц, которые стараются следовать мировым трендам. Разумеется, для отелей это не просто желание быть «модными», но также рыночное преимущество, которое помогает выделиться среди конкурентов и привлечь новых и постоянных гостей.

Все перечисленные тренды уже, так или иначе, присутствуют на российском рынке гостиничных услуг. Они приходят к нам с Запада, и, естественно, претерпевают изменения, адаптируясь под российскую рыночную реальность. Тренд экологии и создание новых общественных мест только начинает внедряться, в то время как цифровизация и компьютеризация уже активно развивается. В будущем эти тренды полностью закрепятся в предприятиях российской гостиничной отрасли и возможно станут основой для других трендов и инноваций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Сайт Федеральной службы государственной статистики – URL: https://rosstat.gov.ru. (дата обращения: 01.11.20).

2. Хайруллина М.В. Управление инновациями: организационно-экономические и маркетинговые аспекты. Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2015. 308с. Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента». – URL: https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778227224.html (дата обращения: 03.11.2020)

3. Сертификация LEED // hpbs.com – URL: https://hpb-s.com/ru/insights/leed_about/ (дата обращения: 07.11.20).

4. Гостеприимство из будущего: шесть трендов гостиничной индустрии // B2B.OSTROVOK. – URL: https://b2b.ostrovok.ru/blog/gostepriimstvo-iz-budushhego-shest-trendov-gostinichnoj-industrii/ (дата обращения: 04.11.20).

5. Инновации в индустрии гостеприимства и их типология // vuzlit.ru –URL: https://vuzlit.ru/348214/innovatsii_industrii_gostepriimstva_tipologiya (дата обращения: 07.11.20).

6. Сокирская Н. В. Инновации в гостиничном и ресторанном бизнесе / Н. В.

Сокирская, К. И. Павличук. // Молодой ученый. 2020. № 21 (311). С. 190-193. URL: https://moluch.ru/archive/311/70282/ (дата обращения: 24.11.2020).

ЦИФРОВИЗАЯЦИЯ ЭКОНОМИКИ И РАЗВИТИЕ РЫНКА ЭЛЕКТРОННЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Лямкова А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время мировая экономика приобретает электронный цифровой характер. Интернет, как важная информационная технология становится символом новой эпохи, новых политических и экономических реалий, неотъемлемой частью жизни каждого человека. Это делает его необходимым средством ведения бизнеса. И туристический бизнес – это один из динамично развивающихся сегментов цифровой экономики. Электронная коммерция значительно повышает эффективность работы туристических компаний с реальными и потенциальными клиентами.

Для оценки готовности стран к цифровой экономике Всемирный экономический форум предложил в 2016 году использовать новую версию международного индекса сетевой готовности, которая была представлена в докладе «Глобальные информационные технологии» за 2016 год. Индекс измеряет, насколько хорошо экономики стран используют цифровые технологии для повышения конкурентоспособности и благосостояния, а также оценивает факторы, влияющие на развитие цифровой экономики. Согласно указанному исследованию Российская Федерация занимала 41-е место по готовности к цифровой экономике со значительным отрывом от десятки лидирующих стран, таких, как Сингапур, Финляндия, Швеция, Норвегия, Соединенные Штаты Америки, Нидерланды, Швейцария, Великобритания, Люксембург и Япония. С точки зрения экономических и

инновационных результатов использования цифровых технологий у России было 38-е место с большим отставанием от стран-лидеров, Финляндии, Швейцарии, Швеции, Израиля, Сингапура, Нидерландов, США, Норвегии, Люксембурга и Германии. Анализ данных показывал и недостаточно высокий темп роста цифровой экономики в России (см. Таблицу 1).

Таблица 1

Доля цифровой экономики в ВВП стран участниц G20 (%)

Страны	Удельный вес цифровой экономики в ВВП страны		Изменение доли цифровой экономики
	2016	2010	
Индонезия	1,5	1,3	0,2
Турция	2,3	1,6	0,7
Бразилия	2,4	2,2	0,2
ЮАР	2,5	1,9	0,6
Россия	2,8	1,9	0,9
Аргентина	3,3	2,0	1,3
Франция	3,4	2,9	0,5
Италия	3,5	2,1	1,4
Канада	3,6	3,0	0,6
Австралия	3,7	3,4	0,3
Сауд. Аравия	3,8	2,2	1,6
Германия	4,0	3,0	1,0
Мексика	4,2	2,5	1,7
США	5,4	4,7	0,7
Япония	5,6	4,7	0,9
Индия	5,6	4,1	1,5
Китай	6,9	5,5	1,4
Респ. Корея	8,0	7,3	0,7
Великобритания	12,4	8,3	4,1

Для преодоления отставания в развитии цифровой экономики Правительство РФ утвердило стратегию развития туризма в России до 2035 года, где важное место отводится развитию цифровых технологий. Цифровые технологии в сфере туризма включают перевод всех государственных услуг, связанных с осуществлением туристской деятельности, в электронную форму, обеспечение возможности предоставления участниками туристского рынка всей установленной отчетности в электронной форме, интеграцию государственных информационных систем, связанных с обеспечением туристской деятельности, для исключения двойного предоставления информации, использование цифровых решений для совершенствования взаимодействия с предпринимательским и экспертным сообществом при разработке и реализации проектов в сфере туризма.

Одной из важных задач для развития внутреннего и въездного туризма названо создание условий для формирования туристской экосистемы, объединяющей всех участников рынка на онлайн-платформе для формирования лучшего клиентского опыта, интегрированной с внешними источниками данных и социальными платформами. На базе платформы могут быть разработаны различные блоки, сервисы и мобильные приложения, в которых будут реализованы функции, направленные на развитие системы продвижения туристского продукта Российской Федерации.

Таблица 2

Стратегии развития туризма в России до 2035 года: важнейшие цифровые решения

№	Цифровые решения
1	создание туристского маркетплейса и централизацию усилий по продвижению туристского продукта Российской Федерации;
2	развитие мультиязычных сервисов помощи туристам, включая информационные сервисы, сервисы навигации и самообслуживания, для роста доступности, качества и привлекательности туруслуг, роста эффективности использования туристских ресурсов;
3	разработку и реализацию электронной туристской карты гостя и аналогичного мобильного приложения в городах и субъектах РФ (аналог международных карт и приложений для мобильных устройств, позволяющих туристу перемещаться общественными видами транспорта, узнавать о культурных мероприятиях и событиях, пользоваться скидками при посещении объектов туристского показа, а также предоставляющих другие льготы);
4	предоставление прозрачной электронной системы оценки качества предлагаемых туристских услуг, создание рейтинга туруслуг и

	объектов по туристским территориям РФ;
5	обеспечение возможности ознакомления с культурными и природными достопримечательностями, экспозициями музеев, туристскими маршрутами в онлайн-режиме с использованием технологий визуализации, виртуальных экскурсий, технологий дополненной реальности и др.;
6	развитие сервисов дополненной реальности для навигации по городам, объектам показа (музеям, выставочным центрам, художественным галереям, т.п.) для привлекательности туристских объектов, эффективности использования туристских ресурсов;
7	развитие системы открытых данных в сфере туризма для повышения прозрачности работы организаций и системы управления отраслью, создания условий развития новых видов туристских услуг;
8	развитие технологий больших данных и искусственного интеллекта для сбора и анализа их и развития продвижения туристских услуг, формирование наиболее актуальных для туриста предложений с учетом его пожеланий, погодных условий, дорожной ситуации, т.п.
9	развитие сервисов онлайн-построения туристского маршрута с возможностью покупки билетов и бронирования гостиниц;
10	создание электронной площадки для вовлечения самозанятых лиц в туристскую деятельность (гиды, инструкторы, экскурсоводы);
11	разработку мультимедийных приложений для показа объектов, сервисов аудио- и видеогидов с возможностью интеграции с GPS-навигацией, использованием QR-кодов для формирования запросов.

Под цифровой экономикой рассматривают экономику, непосредственно связанную с процессами развития и внедрения цифровых компьютерных технологий во все сферы экономического производства и

потребления. Как правило, она охватывает область предоставления онлайн-услуг и товаров, а именно сервисы электронных платежей и электронную коммерцию, интернет-торговлю и интернет вещей (IoT – Internet of Things), краудфандинг, интернет-банкинг и прочее. Среди новейших цифровых технологий, выступающих платформой цифровизации и цифровой экономики, выделяют технологии Big Data, развитие облачных сервисов и искусственного интеллекта (нейросети), умных технологий и технологий определения местонахождения, интернет вещей, а также промышленный интернет вещей (IIoT – IndustrialInternetofThings), 3D-печать. И индустрия туризма нацелена на активное внедрение и использование цифровых технологий. Туристическая индустрия более гибкая по своей природе с непрерывным внедрением различных технологий сталкивалась не раз. Различные тенденции, повышение темпов глобализации сферы, появление новых каналов сбыта, сокращение времени на сближение поставщика, предоставляемого туристические услуги, и потребителей, кардинально меняли отрасль в течение XX века не раз.

Сегодня многие предприятия быстро перестраивают свои бизнес-процессы в соответствии с парадигмой развития цифровой экономики, можно говорить о сложившихся системах онлайн-бронирования туров, электронной коммерции и т.п. На основании статистических данных, на сегодняшний день около 3,5 миллиарда человек имеют возможность использовать интернет-ресурсы на свои нужды, вместе с тем, число этих людей увеличивается ежегодно. При этом, к аудитории, которая пользуется этим ресурсом можно отнести людей различных слоев населения, а также различных возрастных групп. Благодаря цифровизации данной отрасли, каждому человеку становится возможным самостоятельно искать информацию о тех или иных местах поездки, соотносить различные туристические предприятия и делать выбор в пользу наиболее подходящего личным критериям поиска клиента, вплоть до покупки желаемого тура в любое в режиме онлайн в круглосуточном режиме, что соответственно

сказывается на качестве услуг, на повышении уровня удовлетворенности клиента.

Вместе с тем, активно идет переформатирование самой структуры отрасли. Так, происходит постоянный рост числа людей, которые отдают предпочтение самостоятельно выстраивать маршрут своих поездок, совершать покупку авиабилетов, бронировать отели и т.д., что является следствием снижение прибыли специализированных туристических организаций. Ранее, даже при совершение бронирования и онлайн покупок на различных сервисах, предоставляемых транспортные услуги, проблематичным фактором становилось грамотное выстраивание маршрута со стыковкой всех рейсов, но с появлением такого феномена, как big data и внедрения искусственного интеллекта стало возможным структурировать все поездки за пару действий. К примеру, Rome2Rio представляет собой единую платформу, на которой представлены различные способы как можно добраться из одного места в другое, начинания от морского транспорта, заканчивая пешими маршрутами. Пользователю необходимо ввести свои данные и онлайн платформа сама составит идеальный маршрут с учетом временных и ценовых критериев пользователя. На основании исследования Booking.ru, стало понятно, что большая часть мирового населения заинтересована в помощи искусственного интеллекта, т.е. для пользователей становится не таким важным фактором кто оказывает им помощь: живой человек — консультант или чат-бот, число такого рода пользователей варьируется около 50 %.

На сегодняшний день чат-боты способны заменить живое общение с консультантом, т.к. они способны отвечать на различные вопросы пользователей. Так, например, Kayak — чат-бот дает рекомендации и советы путешественникам начиная с покупки авиабилетов, учитывая при это располагаемый бюджет пользователя, заканчивая рекомендацией к посещению достопримечательностей в искомых локациях. Однако, использование мобильных устройств, а также мобильных приложений

существенно упрощают работу туристическим предприятиям, ввиду того, что персонализация в сфере обслуживания клиентов позволяет организациям собрать необходимые данные о клиентах: их место проживание, структуру расходов, их предпочтения и интересы, что позволяет проводить различные маркетинговые исследования без участия консалтиноговых фирм.

Благодаря интернету и социальным сетям анализ потенциального клиента позволяет адаптировать под него туристическое предложение даже с учетом изменения его предпочтений. В соответствии со статистикой, представленной Google, на стадии планирования путешествия, в среднем человек совершает порядком 400 запросов в интернете, что в эпоху цифровизации дает туристическим компаниям оказать влияние на их выбор и склонить в пользу определенного отеля, компании и т.п.

Рынок туризма с предоставлением услуг онлайн непрерывно развивается. Уже более 74 % путешественников в мире отдают предпочтение онлайн сервисам. Идет рост числа таких онлайн запросов с мобильных устройств, как: каршеринг, поиск железнодорожных и авиабилетов, бронирование номеров и т.п. Таким образом, основная масса пользователей совершает свои покупки и бронирования также через мобильные устройства, что в свою очередь подводит компании к тому, что необходимо помимо предоставления информации и сервиса, предоставить клиенту возможность удобства оплаты услуги с мобильного устройства. NFC-технология (Near field communication)и Система быстрых платежей (СБП) уже доступны в России. К СБП подключены 10 крупнейших банков страны и это убирает проблему наличных расчетов и необходимости кассовых терминалов в турагентствах, делает бизнес прозрачным.

Таким образом, сегодня формируется новый дизайн туристического рынка и услуг в сфере гостеприимства. Организации, которые не сумеют приспособиться к этим изменениям вряд ли, на наш взгляд, смогут выжить в новых условиях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Алеева В.А., Мочалова Ю.Д. Применение современных информационных технологий в управлении бизнесом в сфере туризма // Бизнес-образование в экономике знаний. 2018. №3. С 3-6.
2. Ветитнев, А. М. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника / А.М. Ветитнев, Вл.В. Коваленко, В.В. Коваленко. - М.: Форум, 2019. 400 с.
3. Ленчук Е.Б., Власкин Г.А. Формирование цифровой экономики в России: проблемы, риски, перспективы // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2018. №5. С. 9-21.
4. Морозов М.А. Информационные технологии в туристской индустрии / М.А. Морозов, Н.С. Морозова. М.: КноРус, 2017. 276 с.
5. Морозов М.А., Морозова Н.С. Новая парадигма развития туризма и индустрии гостеприимства в условиях цифровой экономики // Вестник Российского нового университета. Серия: «Человек и общество». 2018. №1. С. 135-141.
6. Родигин, Л. А. Интернет-технологии в туризме / Л.А. Родигин. - М.: Советский спорт, 2017. - 388 с.
7. Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 No 1632-р «Об утверждении программы “Цифровая экономика Российской Федерации”» [Электронный ресурс]. – http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221756/ (дата обращения 23.11.2020).
8. eTravel в России - 2019. Статистика и тенденции [Электронный ресурс].(Дата обращения: 24.11.2020) URL:/https://datainsight.ru/eTravel_2019 (дата обращения 23.11.2020).

ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ «COVID-19» В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ

Мазетова Д.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Сфера сервиса и туризма находится под сильным влиянием внешних факторов, таких как: экономические, политические, социальные, правовые и

иные. Это обуславливает динамическое изменение условий, в которых приходится работать гостиницам, развлекательным комплексам, и в частности предприятиям общественного питания.

В 2020 году в мире началась пандемия COVID-19, которая внесла коррективы во все сферы жизни человека, во всем мире. Это как раз тот случай, когда отраслям сервиса пришлось быстро подстраиваться под новые правила работы и держаться на плаву, в период, когда деятельность многих предприятий была приостановлена или прекращена. Появилась необходимость реагировать на все изменения незамедлительно и вносить коррективы в привычный ритм работы. Именно этими факторами обусловлена актуальность темы исследования.

Российское законодательство, постоянно вносит изменения и ужесточает требования работы и правила предоставления услуг сферы туризма и сервиса. Особенно часто, новые правила вводят в отношении предприятий общественного питания, ведь здесь предоставляют не только услугу, но и предлагают гостю еду, которая по сути может так или иначе повлиять на здоровье человека. Отсюда такой высокий уровень контроля со стороны Роспотребнадзора, а также других государственных органов, которые выдают разрешительные документы на осуществление деятельность предприятия: пожарной инспекции, центра гигиены и эпидемиологии, и других[1].

Учитывая, что COVID-19 распространяется по территории России не равномерно, в регионах различный уровень заражения. В частности, в Нижегородской области, уровень заболевания динамически изменяется изо дня в день (Рис.1). В связи с этим, правительство России предполагает внесение точечных коррективов, в отношении работы предприятий, на усмотрение глав регионов [2].

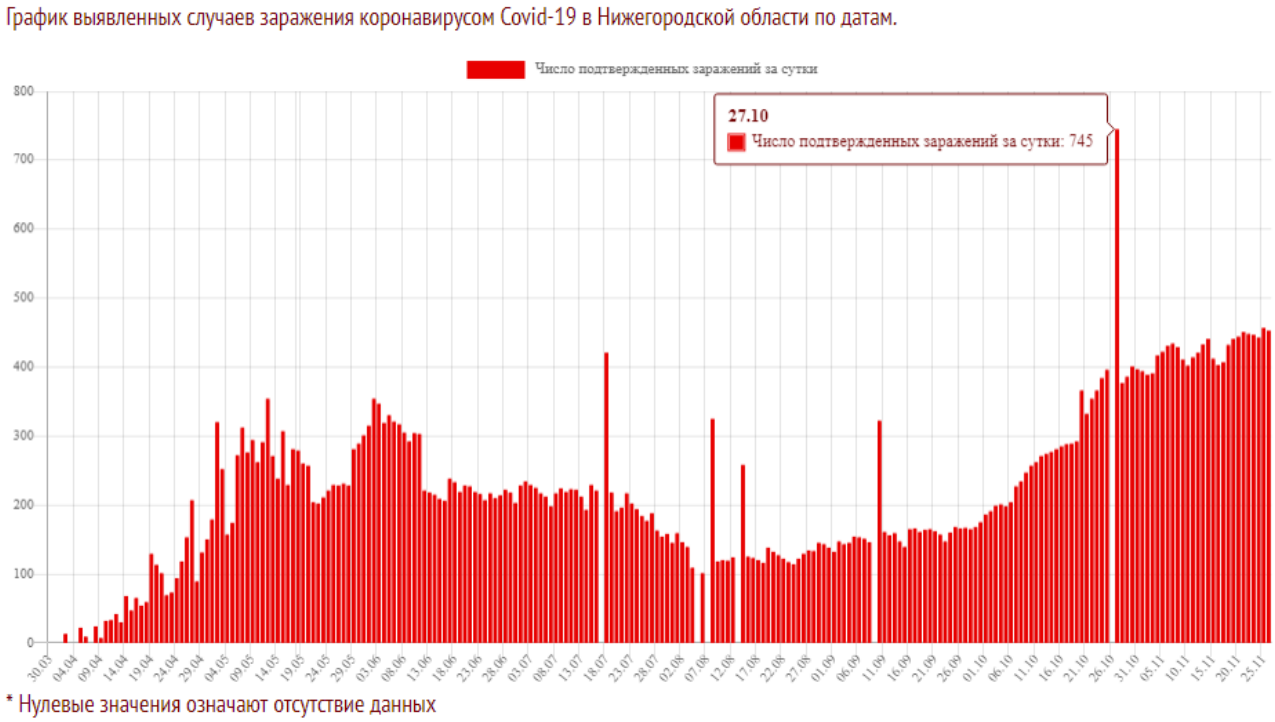


Рис.1 График выявленных случаев заражения коронавирусомCovid-19 в Нижегородской области по датам

Ситуация с COVID-19 в Нижегородской области оставляет желать лучшего, так как среди всех регионов, Нижегородская область на сегодняшний день, 26.11.20, занимает 4 местопо количеству заболевших, уступая только Москве, Санкт-Петербургу и Московской области. При этом, следует отметить, что среди вышеперечисленных регионов, доля смертности в Санкт-Петербурге (4,69%) занимает лидирующую позицию, следующем идёт Нижегородский регион (2,11%). (Рис.2)

Статистика заражений коронавирусом по регионам России на сегодня, 26 ноября 2020

Регион	Заражено	Вылечено	Погибло	% Смертей
Москва	577177 +6075	428418 +6229	8603 +73	1.49%
Санкт-Петербург	111133 +3669	63747 +1862	5217 +79	4.69%
Московская область	106770 +1022	77365 +644	1987 +22	1.86%
Нижегородская область	52633 +453	46734 +677	1112 +15	2.11%

Рис. 2. Статистика заражений коронавирусом по регионам России на 26.11.2020

В связи с этими факторами, основным нормативно-правовым актом, который регулировал деятельность и в целом жизнь всех предприятий, и остается актуальным до сих пор является: УКАЗГУБЕРНАТОРА НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ от 13 марта 2020 г. № 27 «О введении режима повышенной готовности». Последняя редакция указа осуществлялась 18 ноября 2020 года [3].

В пункте 3.2. были внесены изменения, которые полностью запрещают работу ночных клубов (дискотек), кальянных, питейных заведений (коктейльных залов, баров и пивных баров с преобладающим обслуживанием спиртными напитками) и зон питания, расположенных в торговых и торгово-развлекательных центрах. Что уже существенно влияет на определенный сегмент досуговой индустрии. Предприятиям разрешено работать на вынос или осуществлять доставку продукции, при этом ночные клубы, питейные заведения и кальянные, фактически не могут осуществлять такую деятельность, им придется немного изменять сферу деятельности, для того, чтобы выжить в настоящих условиях, или же просто ждать, когда ограничения будут сняты.

Все остальные предприятия общественного питания, которые не подходят под определение предыдущих пунктов, могут осуществлять свою деятельность, но с соблюдением определенного перечня мер по обеспечению эпидемиологической безопасности, как для работников самого предприятия, так и для посетителей соответственно.

В Нижегородской области, для обеспечения безопасности населения, предприятиям общественного питания следует принимать следующие меры.

- Обеспечивать контроль температуры у всех работников и клиентов предприятия, осуществляющего деятельность, а также не допускать пребывания на территории предприятия лиц, с признаками респираторных заболеваний.

- Обеспечить организацию доступными для работников и посетителей антисептическими средствами, с содержанием этилового спирта не менее 70% по массе, изопропилового не менее 60% по массе.

- Обеспечить работников предприятия масками, и не допускать нахождения на территории предприятия лиц с незащищенными органами дыхания.

- Обеспечить соблюдения работниками и посетителями дистанции в 1,5 метра, в том числе путем нанесения специальной разметки и установления специального режима допуска и нахождения в зданиях, строениях, сооружениях (помещениях в них), на соответствующей территории (включая прилегающую территорию).

- Проветривать рабочие помещения каждые 2 часа, и осуществлять влажную уборку с использованием дезинфицирующих средств с той же периодичностью и дезинфицировать все контактные поверхности.

- Применять в помещениях бактерицидные облучатели.

- Незамедлительно передавать данные о заболевших COVID-19, в Роспотребнадзор.

- Ограничить одновременное размещения за одним столом не более 4 посетителей при условии расстановки столов на расстоянии не менее 2,5 м или установки перегородок высотой не менее 1,8 м; а также не более 2 посетителей, при условии расстановки столов на расстоянии 1,5 м.

- Запретить размещение посетителей за барной стойкой.

- Не допускать проведения массовых мероприятий на территории заведения.

- Запретить курение кальянов в соответствии с федеральным законом.

- Установить на каждом столе антисептические средства для обработки кожи рук

- Не использовать в сервировке столов текстильные изделия, или любые другие, многоразового применения.

- С 00.00 часов до 6.00 часов обслуживание осуществлять исключительно на вынос без посещения гражданами помещений.

После введения всех перечисленных требований, правительству было необходимо следить за их соблюдением, и в период, когда снова начался рост заболеваемости, по Нижегородским кафе и ресторанам проходили массовые проверки, в ходе которых были выявлены многочисленные нарушения, такие как: несоблюдение дистанции, допуск на территорию заведения без средств индивидуальной защиты, отсутствие контроля за температурным режимом, и другие [4]. В ходе проверок предприятий общественного питания за невыполнение правил поведения влечет предупреждение или наложение административного штрафа на граждан в размере от 1 тыс. до 30 тыс. руб.; на должностных лиц — от 10 тыс. до 50 тыс. руб.; на ИП — от 30 тыс. до 50 тыс. руб; на юридических лиц — от 100 тыс. до 300 тыс. руб., в соответствии со статьей 20.6.1 «Кодекса об административных правонарушениях» [5].

Нижегородские рестораторы по-разному смотрят на последствия пандемии, при это большинство из них сохраняют позитивный настрой. Так к примеру: Артем Баженов (владелец «Пастарама», совладелец «Совок» и «Салют Burgers»), отметил что в пандемию, он и его команда разработали специальную программу доставки еды, которая работала очень успешно и до сиз пор пользуется спросом [6].

Основной сложностью, для многих предприятий, стало безусловно падение выручки. Именно из-за этого, рестораторы не могли оплачивать услуги поставщиков, коммунальные услуги, заработную плату персоналу и другие статьи расходов. Наиболее простым выходом из этой кризисной ситуации для предприятий было снижение заработной платы персоналу, и отправка персонала в отпуска [7].

Следует отметить, что ситуация с COVID-19, стала переломной для жизни многих предприятий общественного питания. Пандемия произвела естественный отбор на рынке общественного питания. Выжить и остаться на плаву удалось только наиболее конкурентоспособным точкам общественного

питания, многие другие не смогли выжить в столь жестких условиях. Рестораторы смотрят на данный вопрос безусловно с огорчением, поскольку, даже те, что остались на рынке, понесли колоссальные убытки за время простоя, тем не менее, есть и позитивная сторона медали. Многие отмечают, что ресторанный бизнес-это всегда площадка для полета фантазии. Подстраиваться под существующие условия и что-то менять всегда полезно, это развитие как каждого отдельного предприятия, так и индустрии в целом. Таким образом, все рестораторы надеются на восстановление рынка, на привычный поток посетителей и на отмену всех ограничений, тем не менее, готовы соблюдать все правила и осуществлять защиту здоровья граждан страны, в период, когда это так необходимо.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Контролирующие органы в сфере общественного питания-проверка ресторанов [Электронный ресурс]. – Режим доступа:https://bookerlife.ru/kto-proverjaet-restorany(дата обращения: 26.11.2020).
2. Короновирус в Нижегородской области. Статистика заражений [Электронный ресурс]. – Режим доступа:https://coronavirus-monitor.info/country/russia/nizhegorodskaya-oblast (дата обращения: 26.11.2020).
3. УКАЗ ГУБЕРНАТОРА НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ от 13 марта 2020 г. № 27 «О введении режима повышенной готовности» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://docviewer.yandex.ru/view/260110314/?*=cGeZw48U1CnsF65cxP6A1SnD (дата обращения: 26.11.2020).
4. Деловой квартал [Электронный ресурс]. – Режим доступа:https://nn.dk.ru/news/237142402 (дата обращения: 26.11.2020).
5. "Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 15.10.2020, с изм. от 16.10.2020)[Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661(дата обращения: 26.11.2020).
6. Sobaka.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа:https://www.sobaka.ru/nn/bars/heroes/110802 (дата обращения: 26.11.2020).

7. Ресторанный бизнес в условиях короновируса: влияние пандемии [Электронный ресурс]. – Режим доступа:https://bbooster.online/stati/restorannyj-biznes-i-koronavirus.html (дата обращения: 26.11.2020).

ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФОТО-ТУРИЗМА

Миляева А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Туризм на сегодняшний день является одной из экономических отраслей, которой необходима серьезная трансформация в связи с угрозой коронавирусной инфекции, что привело кизменениям требований к отдыху и увеличению нестандартных потребностей туристов. Поэтому, на фоне стандартных и массовых турпродуктов начали появляться новые туристские предложения, готовые удовлетворить капризного туриста и учесть его индивидуальные особенности.

В связи с развитием научно-технического прогресса и цифровизацией отдельных сфер деятельности человека и общества в целом, популяризацией социальных сетей и Интернета, которые предоставляют все новые возможности в организации путешествия, а такжепресыщенностью туристов обычными и привычными туристскими маршрутами такое направление, как фото-туризм набирает все большие обороты.

Актуальность темы исследования заключается в том, что в связи с таким процессом, как глобализация, значительно расширился туристский рынок услуг, произошло развитие технологий, наблюдалось увеличение ассортимента турпродуктов, достигших определенного уровня стандартизации и массовости в сфере туризма, что породило некоторые негативные последствия (ухудшение экологического, социального, культурного состояния, снижение биоразнообразия и др.) и открыло вопрос

создания новых перспективных направлений туристкой сферы, которые будут благоприятны как для развития экономики, так и для поддержания экосистем. При этом фототуризм, в отличие от многих других видов деятельности, не приводит к истощению природных ресурсов. Более того, сегодня в России серьезное внимание уделяется развитию внутреннего и въездного туризма, и как следствие, возникает необходимость создания нового предложения на рынке туристских услуг [1].

Фототуризм как отдельный вид отдыха появился в конце прошлого века, но свою популярность получил только недавно. По-прежнему нет четкого определения термину «фототуризм», поэтому он имеет несколько разных трактовок.

Например, RobinsonM. иPicartD. всвоейработеопределяют фототуризм, как путешествие, позволяющее фотографам и любителям фотографии в компании единомышленников открывать для себя новые места и одновременно повышать уровень знаний и создавать новые фотоснимки для своего портфолио [2].

Авторы концепта «Экологического туризма»Fennel D. и Eagles P.F. объясняют фото-туризм с функциональной точки зрения, как рациональный вид туризма, зависящий от знаний и обслуживания и не имеющий завышенных требований к объектам туристской дестинации, тем самым обеспечивая сохранность природы и культуры, а также экономическую и социальную пользу [3].

Обобщая вышеупомянутые определения «фототуризма», можно сказать, что данноенаправлениеявляется идеальным сочетанием посещения как уникальных природных, так и историко-архитектурных мест опытными фотографами и фотолюбителями с целью приобретения новых навыков и знаний и пополнения портфолио. Следует отметить, что фототуризм может объединяться с другими туристскими направлениями, такими как образовательный, познавательный, активный, этнографический, рекреационный туризм и др.

Фототуризм классифицируется по нескольким признакам: направление, формат проведения, продолжительность тура, возраст участников и пр. В таблице 1 представлена подробная классификация фото-туров.

Таблица 1

Классификация фото-туров

Признак	**Вид фото-тура**
По степени комфортности	Походный
	Экспедиционный
	Фото-тур повышенной комфортности
По продолжительности	Кратковременный
	Многодневный
По тематике съемки	Пейзажный
	Жанровый
	Архитектурный
	Портретный
	Макро-съемка
	Репортажный
	Стрит-фотография
	Фотоохота
По объекту съемки	Ландшафт
	Архитектура
	Исторические объекты
	Растения
	Животные
	Природные явления и стихии
	Местное население
	Еда
	Предметы быта и культуры
	Событийные мероприятия
По формату проведения	С академическим уклоном
	Без теоретических занятий
	Workshop
По возрасту участников	Молодежный

	Среднего возраста
	Третьего возраста
По месту посещения	Активный
	Приключенческий
	Познавательный

Планирование и организация фото-туров носят определенный характер, так какимеют ряд особенностей, а именно, съемка в естественных условиях (без позирования и скованности), четкий режим дня и гибкость программы тура, создание благоприятных условий для проведения качественной фото-съемки без спешки, внесезонность, ограниченное количество людей в группе, наличие специализированной фототехники, организация сопутствующих мероприятий, наличие профессионального фотографа-инструктора, сохранение целостности используемых объектов (природных, архитектурных и т.д.), дороговизна путешествия [1].

К числу неотъемлемых атрибутов, присущих фото-туру, относится специализированная техника и особый инвентарь, который необходим в путешествии (фотокамера с объективами, аккумуляторы,вспышки, флэш-карты, переносной накопитель информации - ноутбук, например и др.).

При организации фото-туров, как и в любом другом виде туризма, необходимо предусматривать все детали и нюансы путешествия: программа и продолжительность поездки, маршрут, тип размещения, досуговые мероприятия и т.д. Обычно фото-туризм предполагает использование полного светового дня (чтобы в полной мере использовать условия как утреннего, так и дневного времени) и вечернего времени суток. Иногда могут проходить ночные мастер-классы по съемке звездного неба или ночных пейзажей. В дневное время проводятся лекции, мастер-классы, обсуждается и просматривается уже отснятый материал [1,2].

Как правило, формирование и проведение фото-туров осуществляется туроператорами, но зачастую авторские фото-туры организовывают фотошколыили профессиональные фотографы.

С точки зрения уникальности и разнообразия природных ландшафтов выделяются наиболее привлекательные места для фотолюбителей. Почти любой регион мира обладает достаточным потенциалом для развития фототуризма, однако особенным спросом пользуются нетуристические маршруты, про которые знают не все. На сегодняшний день можно отметить развитие фототуризма в европейских, азиатских странах, а также в странах Южной Америки. В зависимости от страны можно выделить определенный вид съемки, присущей той или иной местности. Например, если говорить об архитектурных особенностях фотографии, правильнее всего отметить такие страны Европы, как Франции, Германия, Италия, Северная Россия и некоторые ее регионы и др. Самые удачные жанровые работы и фотографии стрит-арта можно запечатлеть в том же Париже, Мадриде, Амстердаме, Берлине или Праге. В пейзажной съемке предпочтение можно отдать экзотическим направлениям: Средняя Азия, Непал, Ближний и Дальний Восток, а также Исландия и Австралия, и др.

Фото-туризм в России появился сравнительно недавно, начало его развитию положилжурнал «Советское фото», который публиковал фотографии путешественников и фотолюбителей со всей страны. Еще в СССР организовывали первые фото-туры, представляющие собой обучающие кружки и выездные поездки (походы) на природу. Тогда уже существовало около 450 фото-клубов [5].

В настоящее время на территории России существует несколько компаний, которые занимаются организацией авторских фото-туров (табл.2).

Таблица 2

Компании, организующие фото-туры

Название компании	География проведения фото-туров
UniTour	Крым, Кавказ
Сообщество	Кольский полуостров, Арктика, Байкал, Алтай

туроператоров «Большая страна»	
«Клуб Приключений»	Дальний Восток, Алтай, Кавказ, Монголия, Турция, Норвегия, Черногория
ActiveHike	Мурманск (Русский Север), Карелия, Кавказ, Кольский полуостров, Ставропольский край, Дальний Восток (Байкал), Алтай, Ямал, Крым, Урал и др.
PhotoGeographic	Байкал, Кольский полуостров, Кавказ, Дагестан, Приморский край, Курильские острова и др.

Источник: составлено автором.

Безусловно, в таблице отражена лишь часть компаний, которые занимаются организацией фото-туров.

Россия, как никакая другая страна в мире, может легко позиционировать себя для фототуризма, так как обладает всеми необходимыми для этого ресурсами. Как видно из таблицы 2, наибольшей популярностью пользуется организация туров на Байкал, Алтай, Кавказ и в северные регионы России, где можно увидеть северное сияние. Неменьшим спросом пользуются туры в Крым, уральские регионы. Самым экзотическим направлением российских фототуров является Камчатка и Курильские острова, что обусловлено продолжительностью перелета и высокой стоимостью туров.

Россия славится не только своими уникальными по красоте пейзажами, которые можно запечатлеть на камеру в любое время суток и вне зависимости от сезона, но и этнографическими особенностями. Во многих регионах страны можно встретить уникальные народности со своей самобытностью, культурой и традициями [6, 7].

Развитие фототуризма не подразумеваетособенных условий или наличиеопределенных туристско-рекреационных ресурсов, поэтому данноетуристское направление можно развивать в местах отсутствия массового турпотока, в тех регионах России, которые обладают своей уникальностью и притягательностью (отдаленные поселения, нетронутая

природа, места обитания редких животных и пр.). За счет этого будет происходить развитие невостребованных с точки зрения туристкой привлекательности регионов, что поспособствует сглаживанию сезонностив туризме, повышению доходности иуровня жизни населения данных территорий. Например, такие российские регионы, как Якутия, полуостров Камчатка, Курилы и пр.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что на современном этапе говорить о развитом массовом фото-туризме не приходится, так как, несмотря на все возможности, привлекательные и уникальные места России, количество поездок с целями фото-туризма является незначительным.Отчасти это можно связать с проблемами недостаточного продвижения подобных туров и плохого стимулирования спроса среди любителей фотографии. Однако большинству туристов наскучили стандартные массовые туристские программы и маршруты, что позволитстимулировать спрос посредством увеличения количества непривычных и оригинальных видов туризма, в том числе и фото-туризма. Также решение проблемы низкой востребованности фото-туров видится в совместной работе как туроператоров, так и профессиональных фотографов над совершенствованием ассортимента туристских услуг в области фотографии и их качеством, что сделаетрынок внутреннегофототуризма более развитым. Благодаря развитию технологий и фототехники в целом, занятие фотоискусством стало «модным». Такая «мода» в сочетании с инновациями должны повлиять на развитие фото-туризма в позитивном направлении.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Астапова А. И. Фототуризм как перспективное направление ответственного туризма // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2018. Т. 4. № 2.

2. Волошина А.А., Теньгушева В.М.Фототуризм как оригинальный вид туризма // Сборник статей XIII межвузовской научно-практической конференции

студентов и аспирантов «Молодёжь, наука, творчество - 2015». Омск: Омский государственный институт сервиса, 2015. Ч.2. С.11-12.

3. Robinson, M., Picart, D. The Framed World: tourism, tourists and photography. [Электронный ресурс] - URL: https://www.timeshighereducation.com/books/the-framed-world-tourism-tourists-and-photography/409139.article (дата обращения: 30.11.2020).

4. Чернышева Т.Л. Учёт тенденций развития сферы социально-культурных услуг в образовательном процессе студентов направлений «сервис» и «туризм» // Вестник Ассоциации ВУЗов туризма и сервиса. 2016г. №3.

5. Волкова Т.А. Фототуризм: история и тенденции развития // Успехи современного естествознания. 2019. № 9. С. 103-112.

6. Рублев В.С. Фототуризм и фотоэкспедиции // Тонкости туризма. 2018. №3. С. 5–7.

7. Коржонов Д.Н. Россия – самая не отснятая страна // Российское фото. 2018. № 5. С. 8–11.

ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ И ВИДОВ ТУРИЗМА В 2020 ГОДУ

Мордовцев С.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В 21 веке человечество столкнулось с серьёзной проблемой в области общественного здравоохранения, связанная с Covid-19, которая затрагивает абсолютно части света. Мир на данный момент переживает вторую волну коронавируса и, несмотря на опыт первой, вновь оказывается не подготовлен к её скорости распространения, высокой смертности и, конечно же, к её последствиям. Множество международных и локальных научных и медицинских организаций проводят большое количество исследований, опытов, а также разработок по борьбе с пандемией, однако побороть вирус до настоящего времени не удаётся.

От Covid-19 страдает большая часть сфер деятельности человека, однако один из сильнейших ударов пришёлся на индустрию туризма, который, в свою очередь, сильнейшим образом влияет как на развитие пандемии, так и на востребованность путешествий. Следует сказать, что индустрия туризма оказывает значительное влияние на экономическое и социальное развитие страны путём создания рабочих мест,привлечения иностранной валюты, совершенствования инфраструктуры, создания имиджа страны и т.п[1, с. 381]. В 2018 году вклад туризма в мировой ВВП составил 10.3%, а число рабочих мест от общего их числа составляет 10% (рис 1) [2, с. 1].

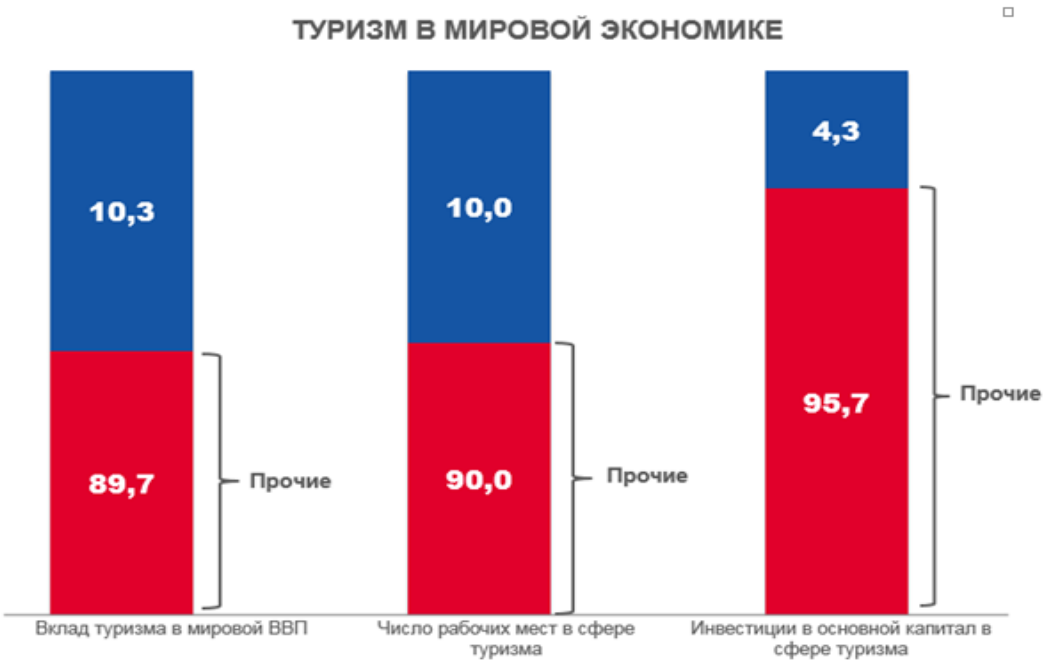


Рис. 1. Туризм в мировой экономике

Также существует множество государств, в которых наблюдается значительная доля туризма в экспорте товаров и услуг. Таковыми на 2019 году стали: Греция (28%), Португалия (23%), Таиланд (20%), Кипр (19%), Турция (17%), Испания (16%),Австралия (14%), Австрия (10%), США (10%) и др (рис. 2)[2, с. 2]. В России данный показатель составил лишь 4%, но исполнительный директор Ассоциации туроператоров России (АТОР) М.

Ломидзе считает, что даже при таких значениях ущерб российского выездного туризма в связи с закрытием ряда направлений составит примерно 27 млрд. рублей [3, с. 156].

Таблица 1

Туризм в экономике России и стран мира

Туризм в экономике России и стран мира[1)]

в процентах

	Доля туризма в экспорте товаров и услуг	*Доля туризма в ВВП*	*Доля размещенных в коллективных средствах размещения иностранных граждан*
	2019 г.	*2018 г.*	*2018 г.*
Россия	**4**	**4**	**15**
страны мира:			
Греция	28	7[2)]	73
Португалия	23	8	59
Таиланд	20	7[2)]	36
Кипр	19	…	84
Турция	17	…	50
Испания	16	12[2)]	50
Австралия	14	3[2)]	11
Австрия	10	7	69
США	10	3	…
ЮАР	9	3[2)]	…
Франция	8	7	30
Италия	8	6[3)]	49
Израиль	7	3	38
Швеция	6	7	24
Великобритания	6	3[2)]	25
Финляндия	6	3[2)]	27
ОАЭ	6	…	83
Мексика	5	9	27
Швейцария	5	3	49
Дания	5	2[2)]	43
Канада	5	2	…
Япония	5	2[2)]	15
Норвегия	4	4[2)]	31
Литва	4	3[2)]	53
Республика Корея	4	…	42
Чехия	3	3[2)]	50
Германия	3	…	21
Нидерланды	2	4	43
Бразилия	2	…	…
Китай	1	…	…

[1)] Методология и источник: Всемирная туристская организация (UNWTO). https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19

[2)] Данные за 2017 год.

[3)] Данные за 2015 год.

Пандемия коронавируса задаст новые тенденции в сфере туризма, произойдет перераспределение его направлений, локаций и видов. В приоритете для путешественников станут страны игорода с благоприятной эпидемиологической и санитарной обстановкой. Заметно снизится спрос в сфере делового туризма, так как бизнес-встречи, конференции, семинары и т.п. перейдут в онлайн формат для того, чтобы избежать большого количества личных контактов. Начнут набирать популярность всевозможные экологические туры в отдалённые места, приключенческие туры на

природе,где гарантируется изолированность от людей. Также можно говорить о снижении спроса на выездной туризм и росте спроса на внутренний. Тут же встаёт задача развития внутреннего туризма в России, обладающего огромнейшим потенциалом, который по сегодняшний день не используется полностью [4, с. 20].

Пандемия в России может стать толчком для развития внутреннего туризма, так как выездной туризм в ближайшее время является достаточно рискованным. Многие страны вновь начинают закрывать границы, но в ситуации кризиса внутренний туризм будет развиваться в первую очередь при заметном снижении цен на билеты[5, с. 106]. В настоящее время цены на авиабилеты крайне высоки. Так, чтобы сейчас прилететь из Новосибирска в Сочи на одного человека необходимо 12-15 тыс. рублей, и это уже не сезон, когда появляется серьёзный спрос на билеты. Если семья из 3 человек решит отправиться на отдых, то они должны будут заплатить от 36 до 45 тыс. рублей только за перелёт, но не стоит забывать и о стоимости проживания, трансфера, экскурсий, каких-либо мелких расходах и т.п. В таких условия далеко не каждая даже обеспеченная семья способна позволить себе такие расходы, особенно если учесть средние зарплаты по стране. В данной ситуации появляется крайняя необходимость в государственной поддержке индустрии туризма и гостеприимства путём:1) временного освобождения или послабления налогообложения для туроператоров, авиакомпанийи предприятий гостеприимства; 2)возмещения потерь от отменённых туристических поездок; 3) контроля цен за проживания в гостиничных предприятиях при осуществлении событийного туризма; 4) регулирования законодательной базы в сфере последствий форс-мажорных ситуаций туроператоров и компенсации части средств при отменах туров при возникновении форс-мажорных обстоятельств [3, с. 158].

Но даже возможности отправиться в тур внутри страны будет недостаточно. Многие люди, путешествующие за рубежом, привыкли к определённому уровню отдыха. Здесь следует сказать о качестве туристской

инфраструктуры и гостиничного сервиса, которое по соотношению цена-качество заметно уступает ближайшим зарубежным конкурентам. В ближайшее время данная проблема решена не будет, так как она требует огромного вливания денежных средств, как со стороны государства, так и со стороны организаций сферы туризма и гостеприимства, которые переживают крайне тяжелые времена и не имеют свободных ресурсов.

Также существуют проблемы низкой информированности о многообразии туристических маршрутов и отсутствия отслеживания спроса на те или иные услуги, которые являются критическими для развития отрасли. Их решение невозможно без следующих пунктов.

1) Создание простого и понятного сайта.

2) Подключение нескольких каналов связи.

3) Создание онлайн-консультаций.

4) Привлечение потенциальных туристов в социальные сети, путём размещения интересного и информативного контента.

5) Регулярное проведение опросов по выявлению предпочтительных направлений туризма.

6) Разработка современной системы лояльности[5, с. 107-108].

Россия крайне разнообразна и многогранна в плане уникальных природных зон, достопримечательностей живой природы, которые в век индустриализации и цифровизации всё ещё остаются нетронутыми и сохраняют первозданный облик. Следует сказать и о том, что во времена пандемии начинает расти спрос на отдых в уединении от больших скоплений людей. Данные факторы позволяют сделать вывод о важности совершенствования и развития экотуризма, приключенческих туров, спортивного туризма на свежем воздухе и т.п. Однако данное развитие будет невозможно без включения в туристическую карту России множества охраняемых природных зон, территорий, локальных достопримечательностей, которые нуждаются в создании туристской инфраструктуры с минимальным вмешательством в природу [4, с. 22]. Здесь

стоит сказать о проработке системы дорог, путей, троп; создании системы указателей и информационных табличек в едином стиле – из натуральных материалов с использованием конкретного шрифта и цветовой гаммы, соответствующей окружающей среде. Несомненно, требуется размещение на маршрутах кемпингов и относительно новых для туристской индустрии в России глэмпингов, которые обладают множеством преимуществ, среди которых: отсутствие больших вложений (в отличие от строительства гостиницы или коттеджей), отсутствие большого количества конкурентов, высокая скорость окупаемости, прибыльность, возможность масштабирования и круглогодичной эксплуатации в зависимости от спроса. Так молодые направления уединённого отдыха в индустрии туризма могут получить новое дыхание.

К сожалению, в сложившихся условиях не многие виды туризма можно назвать перспективными. Это касается в первую очередь делового туризма, кризис которого неизбежен. Данная ситуация обусловлена спецификой делового туризма, которая заключается в организации различного рода встреч, выставок, семинаров, конференций и т.п., которые задействуют некоторое количество людей. Пандемия губительно сказывается на сфере бизнес-туризма, и по прогнозам на 2021 год уровень деловых поездок упадёт на 15% в сравнении с 2019 годом и установится на уровне 2016 года. Также в данной ситуации неизбежно перераспределение бизнес-путешествий. Произойдёт заметное снижение количества поездок с целью встреч, ведения переговоров, обучения персонала, его переквалификации и повышения квалификации. Это неразрывно связано с переходом многих компаний и организаций к удалённым форматам работы, которые в условиях тяжёлой санитарно-эпидемиологической обстановке доказали свою эффективность. Нельзя не сказать и о развитии платформ для дистанционной коммуникации, заметно облегчающие взаимодействие между людьми и при этом исключающие личные контакты [4, с. 23-24].

Менее существенное снижение спроса ожидается лишь при организации выставок и конференций, которые зачастую не отменяют полностью, а переносят на другие даты. Для них также будет характерна смешанная форма работы, включающая как личное присутствие, так и онлайн-подключение участников конференции/выставки, однако полное цифровое взаимодействие не сможет заменить нетворкинг, являющийся неотъемлемой частью любого подобного мероприятия.

Так или иначе, уменьшение количества бизнес-поездок нанесёт серьёзный ущерб множеству провайдерам туристических услуг. Это связано с тем, что деловой туризм является одним из самых прибыльных элементов отрасли. Деловые туристы приносят до 75% прибыли авиакомпаний, при этом являются лишь 12% от общего пассажирооборота. Доля в доходе от бизнес-туристов для предприятий гостеприимства составляет около 60%, а для автопрокатных компаний – около 70% (рис. 3)[4, с. 23-24].

Рис. 3. Объём и доли рынка делового туризма

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что пандемия Covid-19 оказывает серьёзнейшее воздействие на мировую индустрию туризма в целом и на индустрию туризма в России в частности.Она наносит критический урон многим направлениям и видам туризма, заставляя осуществлять их изменение и перераспределение. Появляется необходимость применения новых форм взаимодействия, создания и поддержания

принципиально новых туристических маршрутов и развития актуальных видов туризма. Некогда основополагающий бизнес-туризм переживает тяжёлый кризис из-за своей специфики, уступая место экологическому, приключенческому и активному туризму на свежем воздухе, где контакты с людьми сведены к минимуму. Вследствие сложной санитарно-эпидемиологической обстановке в мире выездной туризм заменяется внутренним, и появляется необходимость его развития, которое, в свою очередь, невозможно без грамотной поддержки государства и рационального подхода провайдеров гостиничных услуг.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Акбулаев Н.Н., Мамедов И.М., Алиев В.З. ВЛИЯНИЕ COVID-19 НА ИНДУСТРИЮ ТУРИЗМА (ИСПАНИЯ, ИТАЛИЯ И ТУРЦИЯ) // Научные труды Вольного экономического общества России. 2020. №3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-covid-19-na-industriyu-turizma-ispaniya-italiya-i-turtsiya (дата обращения: 22.11.2020).
2. Федеральная служба государственной статистики. Статистический бюллетень Росстата к всемирному дню туризма – 2020–URL: https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/100185(дата обращения: 23.11.2020).
3. Тызыхова П.А., Прохорова В.В. НОВАЯ КОРОНАВИРУСНАЯ ИНФЕКЦИЯ (COVID-19): ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2020. №2 (44). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/novaya-koronavirusnaya-infektsiya-covid-19-vliyanie-na-ekonomicheskoe-sostoyanie-i-razvitie-rossiyskogo-turisticheskogo-biznesa(дата обращения: 23.11.2020).
4. Агентство инноваций города Москвы. Туризм. Прогноз развития отрасли после Covid-19 – URL:https://innoagency.ru/ru/analytics/(дата обращения: 23.11.2020).
5. Зограбян С.В. ПАНДЕМИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. №6. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/pandemiya-i-vozmozhnosti-dlya-razvitiya-vnutrennego-turizma(дата обращения: 25.11.2020).

РАЗРАБОТКА ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ГОСТИНИЧНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Рябова А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность данной темы заключается в том, что одним из самых главных условий для успешного развития гостиничного предприятия является многообразный спектр дополнительных услуг. На сегодняшний день гостиничный бизнес является неотъемлемой частью не только социальной сферы человека, но и выступает очень важным элементом в повышении жизненного уровня населения и улучшает эффективность общественного производства. Гостиничное дело – это сфера обслуживания, которая создает и предоставляет комфортные условия, для тех, кто приезжает с деловыми визитами, или просто на отдых в другой город или страну. Главной частью гостиничной индустрии являются средства размещения, представляющие собой питание, размещение и разного рода дополнительными услугами.

В соответствии от категории гостиничного предприятия оно должно оказывать определенный перечень дополнительных услуг [2]. Расширенный спектр дополнительных услуг помогает гостиничному предприятию в дополнении и развитии перспективных направлений. В современном миреактивно функционирует рынок гостиничных услуг, ведется очень жесткая конкуренция, поэтому для поддержания и сохранения конкурентоспособности своего гостиничного предприятия нужно непрерывно развиваться и создавать новые услуги. Непрерывное развитие – это введение новых, корректировка или закрытие старых дополнительных услуг. На данный момент наиболее эффективным фактором является расширение уже существующих дополнительных услуг, тем самым показывая свое прогрессивное развитие гостиничного предприятия. Данный

процесс не происходит спонтанно, как показывает практика – это анализ большого количества факторов, который требует на реализации огромных денежных средств, тем самым создается процесс непрерывного развития гостиничного предприятия.

К дополнительным услугам гостиничного предприятия относятся те услуги, которые предоставляются за отдельную плату. Дополнительные услуги являются те, что добавляют к основной услуге некую дополнительную выгоду, тем самым, таким образом, помогают отличить гостиничное предприятие от других конкурирующих с ним.

В гостинице дополнительный продукт, не сравнивая с основным продуктом, можно охарактеризовать как нечто, что – то не необходимое, то есть, дополнительная услуга, предложенная сверх того, что будет ожидать гость, что будет для него не привычно.

Дополнительные услуги создаются в зависимости от специализации гостиничного предприятия, например, для делового, лечебно – оздоровительного, рекреационного, культурно – познавательного туризма и т.д., данный элемент является одним из основных при создании дополнительного продукта.

Дополнительные услуги имеют некую классификацию (см. Рисунок 1).

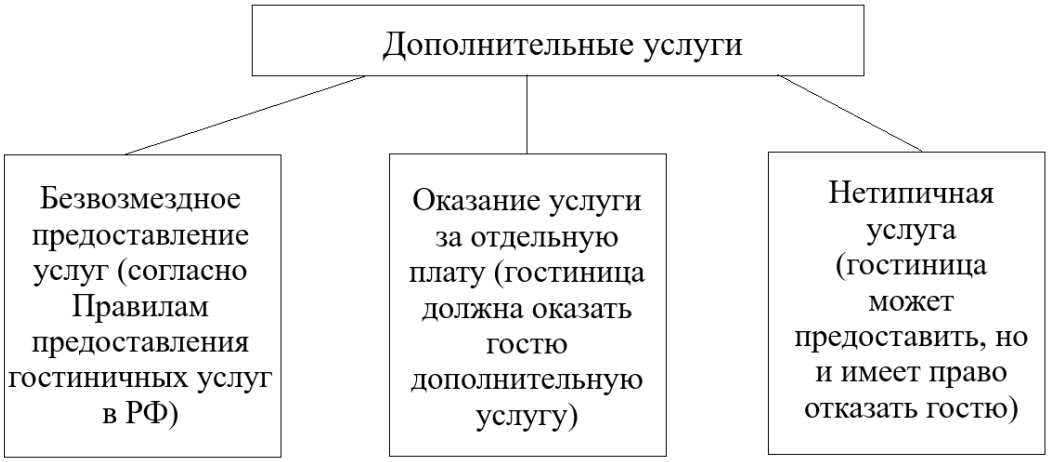


Рис. 1. Классификация дополнительных услуг в гостиничном предприятии

1. Дополнительные услуги, предоставляемые гостиничным предприятием безвозмездно, согласно «Правилам предоставления гостиничных услуг в РФ» [1], которое предписывает, что бесплатно предоставляется гостю: возможность использовать медицинскую аптечку; вызов скорой помощи; услуга побудки гостя к определенному времени; предоставление набора ниток с иголкой, кипятка и одного комплекта столовых приборов и посуды; доставка корреспонденции по ее получению в номер гостя.

2. Дополнительные услуги, предоставляемые гостю гостиничным предприятием за отдельную денежную плату. Каждый гость имеет право попросить оказать для него такую услугу, а гостиничное предприятие в сою очередь обязано его выполнить, причем на равных условиях для каждого гостя. Список и цены на дополнительные услуги должны быть представлены в прейскуранте, или в каком либо другом документе гостиничного предприятия, также, каждый гость имеет права ознакомиться с ним.

3. Также, существуют нетипичные дополнительные услуги, которые гость может запросить, в таком случае, каждое гостиничное предприятие вправе оказать, либо отказать постояльцу, если же гостиница не в силах оказать услугу, то гостю должны объяснить причину, по которой не был удовлетворен его запрос, и извиниться во избежание последствий перед гостем.

В настоящее время дополнительные платные услуги активно используются в гостиничной индустрии, из этого следует, что услуги сопровождают все составные части и компоненту к такому понятию, как гостиничный продукт. Одними из популярных дополнительных услуг являются бронирование железнодорожных и авиабилетов; организация трансфера – это заказ любого такси, автотранспорта и прокат автомобилей; ремонт и химчистка обуви и одежды; услуги гидов – переводчиков и экскурсоводов; доставка цветов; услуги конференц – залов; покупка билетов

в театр, цирк, выставку; в туристических комплексах в распоряжении гостей имеются сауны, бани, бассейны, тренажерные залы и SPA – салоны; также во многих семейных гостиницах есть услуги няни, детских игровых комнат и аниматоров т.д. (см. Рисунок 2).

Рис. 2. Самые популярные дополнительные услуги

Разработанные новые дополнительные услуги для гостиничного предприятия. Для заботы о гостях с нарушением сна, предлагается гостинице предлагается покрыть полы и ступеньки в коридорах и холлах звукоизолирующими коврами, которые позволят избавиться от посторонних шумов, также рекомендуется для таких гостей оборудовать номера – люкс с звукоизолирующими стенами и предлагать как дополнительную услугу за дополнительную денежную сумму.

Следующая новая дополнительная услуга, которая поможет гостиничному предприятию выделиться среди своих конкурентов, подогрев кровати, для гостей, которые не хотят ложиться в холодную постель. Также можно предложить гостям каталог постельного белья или подушек, чтобы сам гость мог выбрать себе по душе то, что ему нравится больше.

Определенно можно сказать, что одним из основных факторов для расширения и создания новых качественных дополнительных услуг является ориентация на определенный сегмент, что поможет гостиничному предприятию повысить свои доходы[3]. Количество и качество дополнительных услуг обуславливается тем, насколько они востребованы и какую прибыль приносят гостиничному предприятию, они могут быть совершенно разными для различных категорий гостей. Перечень дополнительных услуг в каждой гостинице может расширяться, корректироваться, взаимодействовать между собой, конечно же эти факторы зависят от месторасположения, размера, уровня категории и комфортабельности гостиничного предприятия. Дополнительные услуги являются неотъемлемой частью деятельности любой гостиницы.

Конкурентоспособность каждого гостиничного предприятия в большей части зависит от удовлетворенности гостями дополнительных услуг, особенно платных, поэтому необходимо расширять и создавать качественный новый ассортимент дополнительных услуг в гостиничном предприятии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Постановление Правительства РФ N 1085 "Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями). М.: Изд-во стандартов, 2015.

2. Охотина Н. М. Совершенствование системы дополнительных услуг гостиницы. М. 2015. 347 с.

3. Филатова Э.А., Бердышев О.К. Дополнительные услуги как способ повышения эффективности предприятий гостиничного бизнеса // Текст научной статьи по специальности «Экономика и бизнес» URL: https://cyberleninka.ru/article/n/dopolnitelnye-uslugi-kak-sposob-povysheniya-effektivnosti-predpriyatiy-gostinichnogo-biznesa(дата бращения 28.11.2020)

ДИДЖИТАЛИЗАЦИЯ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ В ПОСТКАРАНТИННЫЙ ПЕРИОД

Сафонова Т.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность проблемы диджитализации ивент индустрии в посткарантинный период обусловлена тем, что распространение вируса (covid-19) и последовавшее за этим закрытие границ множества государств, а также ввод запретов на проведение массовых мероприятий, привели мировую событийную отрасль на грань выживания. Так согласно исследованию Выставочного Научно-исследовательского центра, по прогнозу о сохранении ограничений на социальную активность до конца декабря 2020, событийная индустрия в России понесет потери в составе около 110,1 млрд рублей. А объем понесенных компаниями убытков составит 50% от оборота и более [1]. Поэтому многие участники рынка ивент услуг, предприняли для своего выживания определенные меры: а именно занялись поиском решения диверсификации производства. Выходом из данной ситуации стали информационно-коммуникационные технологии и возможности сети Интернет.

Теоретические аспекты диджитализации ивент-индустрии мало изучены. Большая часть исследований охватывает исключительно вопросы, связанные с организацией событийных мероприятий без учета их диджитализации. Однако значительное влияние на актуальность данной проблемы оказала теория поколений, разработанная Уильямом Штраусом и Нилом Хау в 1991 году. В настоящее время изучением психологических и социальных аспектов поколений на основе вышесказанной теории, занимается множество зарубежных и российских ученых. Так следует отметить работы Кулаковой А.Б. - «Поколении z: теоретический аспект» и

Зверевой Е.А. - «Особенности медиапотребления поколения Y и поколения Z».

Во время пандемии, участники индустрии встреч и индустрии выставок, произвели цифровую трансформацию, переведя организуемые ими мероприятия из повсеместно используемого формата оффлайн в онлайн, использовав при этом диджитал технологии.

Следует заметить, что рынок технологических решений для организации мероприятий онлайн достаточно обширен. И ивент-компании могут использовать платформы, исходя из задач, поставленных клиентом и технической подготовленности аудитории. Самыми распространёнными платформами за время карантина стали: браузерная платформа ClickMeeting, прямые трансляции в YouTubeLive, Zoom, WebEx, Webinar.ru, Proficonf, Trueconf, GoToMeeting, Whereby, JitsiMeet.

Все вышеупомянутые платформы позволяют проводить вебинары, видеоконференции и обучающие тренинги. На мероприятие может присутствовать разное количество человек, начиная от бизнес - встреч один на один и заканчивая конференциями на 5000 человек. Платформы имеют множество функций, обладают чатами для нетворкинга участников и разделом статистики для организаторов.

Все компании на рынке ивент-услуг практически сразу после введения первых ограничений на массовые мероприятия, предприняли попытки проводить их в онлайн формате. И по прошествии времени можно выделить несколько специфических черт присущих таким диджитал-ивентам:

- низкий порог входа. Чтобы посетить онлайн-событие, пользователю не нужно одеваться, собираться, ехать. Нужно просто кликнуть по ссылке и присоединиться к стриму.
- вовлечение аудитории. С помощью онлайн-событий маркетологи могут существенно поднять охваты и вовлеченность по сравнению с мероприятиями офлайн.

На настоящий момент, состоялось множество мероприятий, проведенных в виртуальном формате: конференции, выставки, конгрессы, фестивали. Однако набор визуальных и функциональных составляющих у

них был примерно одинаков. Все это представлялось в виде окон-квадратов на мониторе. И это является их главной проблемой. Все конференции пока повсеместно похожи на трансляцию. Порог выхода у таких мероприятий низкий: в любой момент пользователь может заскучать и покинуть конференцию. Причиной этому можно назвать то что, плоский формат не обеспечивает ощущения эффекта присутствия со спикерами в одном пространстве. Решение этой проблемы нашли технологические компании, которые задали новые тенденции проведения онлайн мероприятий - «Шоу вместо говорящих голов».

Использовав технологии дополненной (AR), виртуальной (VR), и смешанной реальности (MR), компании попытались вывести онлайн аудиторию в некое виртуальное пространство, обеспечив попытку достижения эффекта присутствия.

Так компания HTC, базирующаяся в основном в Китае, 19 марта 2020 года провела VirtualViveEcosystemConference (V2EC), которая стала первым полностью виртуальным мероприятием, и смогло заменить крупное отраслевое событие на фоне эпидемии коронавируса [2]. Конференция была построена внутри платформы Engage, приложения для совместной работы с VR. На конференции присутствовали многие известные эксперты в области XR-индустрии, в том числе президент китайской компании HTC ЭлвинГрейлин, обозреватель Forbes Чарли Финк и «дедушка виртуальной реальности» Том Фернесс. Каждый приглашенный оратор был легко узнаваем благодаря своим индивидуальным аватарам, которые были сделаны специально для этого мероприятия с помощью пользовательского конструктора аватаров.

Другим впечатляющим виртуальным событием стал международный саммит «Educatorsin VR», состоявшийся в 17-22 февраля 2020 года [3]. Он побил мировые рекорды как крупнейшее и самое длинное деловое мероприятие, проведенное в виртуальной реальности. 6-дневный 24-часовой саммит включал в себя выступления 175 спикеров-экспертов в области

VR/AR/MR со всего мира. Было проведено больше 150 мероприятий на 6 платформах VR с более чем 6000 участниками. Следует отметить, что порог посещения данных мероприятий был ограничен наличием специальных технических средств для подключения к VR. А именно наличию очков и шлемов виртуальной реальности.

Однако существуют платформы, которые целенаправленны собирать аудиторию в виртуальном пространстве исключительно через стандартные компьютеры. Они не дают полный эффект присутствия как вышеописанные платформы, но обеспечивают интерактивность. Гости таких мероприятий также обладают аватаром, который может смотреть по сторонам, перемещаться по пространству мероприятия, осуществлять нетворкинг.

Мероприятия в виртуальной реальности, не только должны дублировать существующие форматы, но также должны иметь элементы шоу, для большего визуального эффекта. Поэтому ивент-агентства, первопроходцы в диджитализации событий, начинают использовать возможности Интернета для создания высокотехнологичных мероприятий. Так, к примеру, ивент-агенство «WEAREPRO», в создаваемых ими онлайн-конференциях используют цифровые технологий дополненной (AR) и смешанной (MR) реальности и приемы организации мероприятий из классической ивент-индустрии [4].

После пандемии, онлайн мероприятия никогда не вернутся к прежним их воплощениям. Рынок диктует новые тенденции, а именно переносить спикеров в виртуальную студию с помощью зеленого экрана, в выступлении спикеров использовать ролики-графики-интервью-мультики-анимации-голограммы-3D. Со смягчением карантинных мер и прекращением пандемии настанет эра гибридных мероприятий, которые будут проводиться одновременно и на физической площадке, и в виртуальной среде, максимально используя синергию форматов для повышения качества мероприятия и увеличения охвата аудитории.

Если рассматривать с точки зрения организации бизнеса в событийной индустрии в долгосрочной перспективе, то те ивент-агентства, которые начнут использовать высокие технологии в своей деятельности уже сейчас, в будущем будут занимать лидирующие позиции на рынке т.к., их целевой аудиторией через несколько лет будет - поколение Z. Учеными выявлено, что «зумеры» не видят разницы между реальным и виртуальным миром. Личные встречи у них вполне могут заменяться общением в чатах. Поколение Z – визуалы, поэтому информация ими воспринимается лучше только в видео или фото формате. Таким образом, шансов привлечь внимание такой аудитории, будет выше у тех ивент-агенств, кто на сегодняшний момент, занялся модернизацией технического обеспечения, и обучением персонала, использовать VR/AR/MR.

В заключение необходимо отметить, что за данными форматами будущее. Экономический эффект от таких мероприятий в последующие десятилетия будет выше т.к. основным потребителем ивент-услуг станет цифровое поколение. Так диверсификация производства ивент-агенств в условиях современных вызовов, заключаемая во внедрении технологий AR/VR/MR в процесс производства ивент-услуг, обеспечит выживание компаний в рыночных условиях и всей отрасли мировой событийной индустрии в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Выставочный научно-исследовательский центр R&C. «COVID-19: угрозы и вызовы для событийной индустрии в России. Результаты опроса участников рынка. Март-апрель 2020» [Электронный документ] URL - http://rnc-consult.ru/netcat_files/2525_11.pdf (дата обращения 20.11.2020).

2. Официальный сайт платформы ENGAGE. «V²EC 2020 – Virtual VIVE EcosystemConference» [Электронный ресурс] URL: https://engagevr.io/2020/04/v²ec-2020-virtual-vive-ecosystem-conference/ (дата обращения: 22.11.2020).

3. Официальный сайт платформы ENGAGE. «2020 EducatorsinVRInternationalSummit | Feb 17 – 22, 2020» [Электронный ресурс] URL:

https://engagevr.io/2020/02/2020-educators-in-vr-international-summit-feb-17-22-2020/ (дата обращения: 22.11.2020).

4. Екатерина Тихоновская, CEOWEAREPROeventagency: «То, чем мы сейчас занимаемся – это онлайн-конференции на стыке AR, XR и классической ивент-индустрии» [Электронный ресурс] Статья от 22.09.2020 г URL: https://event.ru/trips/ekaterina-tihonovskaya-ceo-we-are-pro-onlayn-konferentsii-na-styike-ar-xr-i-klassicheskoy-ivent-industrii/ (дата обращения: 22.11.2020).

ЭПИДЕМИОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В СРЕДСТВАХ РАЗМЕЩЕНИЯ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Семенова Д.О.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В 2020 году закрытие международных и внутренних границ во всем мире послужило причиной возникновения кризиса туристической отрасли. Одним из первых наступающий экономический кризис из-за пандемии коронавируса ощутил на себе гостиничный бизнес. Так, в 2020 году по сравнению с 2019 годом произошло резкое падение количества бронирований отелей на 75% по всему миру [1].

А среди тех, кто продолжил пользоваться услугами средств размещения, возросла популярность индивидуальных вариантов размещения и альтернативного жилья. Согласно результатам исследования компании «Яндекс» «Туризм 2020», существенно увеличилось количество запросов на виды размещения, предполагающие индивидуальное проживание или минимальное количество соседей: дома, коттеджи, базы отдыха и квартиры (Рисунок 1) [2].

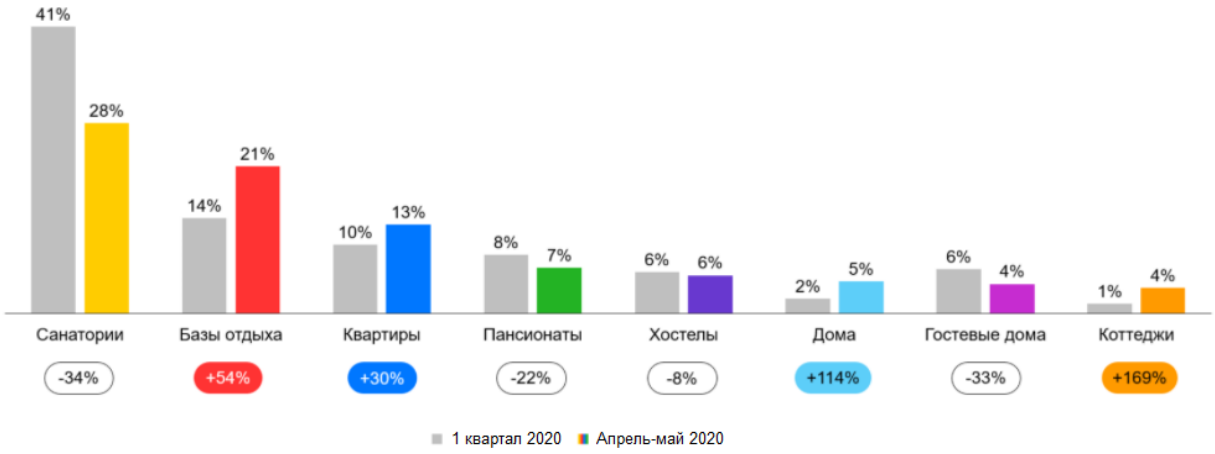


Рис. 1. Поисковые запросы о не отельных типах размещения

Актуальность рассматриваемого вопроса исходит из прогнозов экспертов, согласно которым период восстановления отрасли будет долговременным, и тенденция к ограничению социальных контактов сохранится на ближайшие несколько лет (Рисунок 2). В перспективе это может привести к полному пересмотру санитарных норм и стандартов оказания услуг. Надолго установятся и возросшие требования к безопасности среды: по данным опроса, проведенного компанией Capgemini Research Institute, 77% потребителей станут уделять больше внимания личной гигиене, здоровью и безопасности после пандемииCOVID-19, при этом они выражают готовность платить больше за гарантию предоставления «безопасного» сервиса. «Безопасность» в понимании потребителей определяется двумя аспектами: соблюдение санитарии и гигиены, защита от вирусов и снижение интенсивности социальных контактов путем применения бесконтактных технологий – около 80% потребителей выразили желание пользоваться бесконтактными услугами и после окончания пандемии [3].

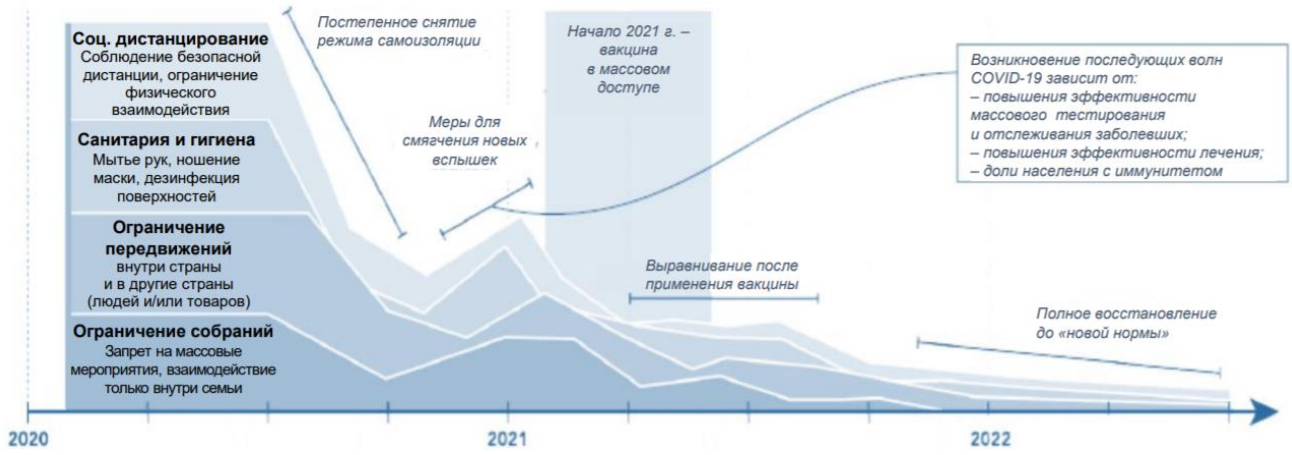


Рис. 2. Прогноз восстановления после пандемии COVID-19

В силу существующей специфики индустрии гостеприимства, в гостиницах и прочих средствах размещения туристов существует высокая степень взаимодействия между гостями и персоналом. Именно такие аспекты, как размещение гостей, оказываемые услуги и взаимодействия, свойственные предприятиям данной сферы (гость-гость, гость-персонал и персонал-персонал), – требуют повышенного внимания.

Весь персонал средств размещения обязан соблюдать основные меры предосторожности для защиты от COVID-19, среди которых гигиена рук, социальное дистанцирование, избегание прикосновения к глазам, носу и рту, следование правилам гигиены дыхательных путей, ношение тканевых или медицинских масок, соблюдение рекомендаций по самоизоляции и обращение за квалифицированной медицинской помощью при появлении симптомов заболевания.

Так, персонал службы приема и регистрации должен быть в необходимой мере, своевременно и регулярно информирован о COVID-19, чтобы в свою очередь информировать гостей о мерах профилактики, протоколах и политике проведения действий или иных услугах, которые могут им потребоваться (например, доступность медицинских и аптечных услуг). На стойке регистрации должны быть представлены номера телефонов органов здравоохранения, частных и государственных медицинских

учреждений. На случай, если гостю понадобиться медицинская помощь, в средстве размещения должны быть доступны услуги по безопасной транспортировке. При стойке приема также должны иметься комплекты средств индивидуальной защиты, куда входят:

– дезинфицирующее средство и салфетки для очистки поверхностей;

– медицинская маска и защита для глаз, раздельные или комбинированные, защитный щиток для лица, очки (одноразового использования);

– перчатки (одноразового использования);

– пластиковый защитный фартук (одноразового использования);

– защитный халат (одноразового использования);

– мешок для утилизации биологически опасных отходов [4].

Произошедшее изменение потребительских ожиданий подтолкнуло многие предприятия к изменению собственных стандартов качества и принципов работы за счет внедрения инновационных технологий. Гостиничные предприятия не являются исключением. По данным Hotel Tech Report, пандемия должна ускорить цифровое преобразование в сфере гостеприимства на 10–15 лет. Например, во избежание лишних контактов с персоналом гостиницы и ключами/смарткартами от номеров вводится принцип электронной регистрации и бесконтактного доступа в номер. Такая бесконтактная регистрация не только повышает уровень эпидемиологической безопасности, но и ускоряет темп обслуживания и, как следствие, улучшает пользовательский опыт гостя в целом. Новые, в том числе бесконтактные технологии, и изменение конфигурации физического пространства постепенно становятся частью обновленных стандартов по гигиене. Крупнейшие гостиничные сети, такие как Hilton, Hyatt, Marriott, Kempinski и другие запускают программы реновации сети отелей с целью повышения уровня санитарной безопасности и снижения интенсивности физических контактов за счет использования инновационных технологий [1].

Так, в ответ на кризис общественного здравоохранения, Hilton запустил новую программу, направленную на повышение стандартов чистоты и дезинфекции в своих отелях по всему миру. Многие аспекты программы стали возможными именно благодаря технологиям нового поколения. Они включают:

1) Технологии бесконтактной регистрации: в Hiltonгости имеют возможность зарегистрироваться, выбрать свой номер и получить доступ к нему с помощью цифрового ключа от номера, а также произвести выезд с помощью своих мобильных устройств через мобильное приложение HiltonHonors. Hilton планирует продолжить расширять возможности цифровых ключей для обеспечения бесконтактного доступа во все пространства отеля.

2) Передовые технологии дезинфекции: Hilton изучает возможность введения новых технологий, таких как автоматические распылители, использующие электростатически заряженный дезинфицирующий туман и ультрафиолетовое излучение для дезинфекции поверхностей и предметов [5].

Помимо внедрения технологических нововведений, в вопросе обеспечения эпидемиологической безопасности важна также организация технического обслуживания: необходимо поддерживать соответствующую концентрацию дезинфицирующего средства в воде для потребления и для использования в бассейнах или спа-центрах, осуществлять контроль за надлежащим функционированием оборудования для мытья посуды и стирки, использовать естественную вентиляцию с целью разбавления воздуха в помещениях наружным воздухом (в случае, если это позволяют условия окружающей среды и требования строительных норм и правил) и регулярно проводить технический осмотр систем отопления, вентиляции и кондиционирования воздуха с заменой фильтров. Также следует регулярно проверять функционирование и чистоту дозаторов для мыла и дезинфицирующих средств на спиртовой основе, одноразовых салфеток, сушилок для рук и прочих устройств частого пользования. В план действий

гостиницы должна быть включена установка дозаторов с дезинфицирующим средством в зонах средства размещения с большой проходимостью, например, на входе в гостиничные предприятия питания, в общественных туалетах для гостей и для персонала и так далее.

Одной из важнейших мер по предотвращению распространения вирусных инфекций является качественная уборка помещений, на которую гости обращают особое внимание в период пандемии. У персонал хозяйственной службы должен быть доступ к необходимому количеству дезинфицирующих средств и прочим расходным материалам. Планом действий в отношении COVID-19 на случай выявления инфекции у гостей или персонала предусматривается специальный план очистки и дезинфекции помещений. Для номеров или конкретных зон, подверженных воздействию вируса COVID-19, следует применять следующие меры:

– все поверхности, с которыми контактировал или находился рядом инфицированный человек, должны подвергаться очистке, а затем дезинфекции;

– использовать исключительно одноразовые средства для уборки;

– текстильные изделия, постельное белье и одежду необходимо складывать в специальные мешки с маркировкой для грязного белья и обращаться с ними осторожно, не допуская образования пыли и загрязнения окружающих поверхностей или людей;

– одноразовые материалы (полотенца, перчатки, медицинские маски, салфетки) должны быть помещены в контейнер с крышкой и утилизированы в соответствии с планом действий отеля и национальными правилами обращения с отходами;

– со всеми использованными предметами следует обращаться надлежащим образом, чтобы снизить риск потенциальной передачи инфекции.

Персонал гостиницы обязан информировать руководство средства размещения о любых случаяхCOVID-19, в том числе о возможных

заболевших гостях в номерах. Гостиничные предприятия должны внимательно отслеживать подобные случаи и предоставлять полученную информацию медицинским службам для проведения квалифицированной оценки ситуации и принятия соответствующих решений. Помимо этого, руководство предприятия должно разработать комплексную стратегию адаптации к ситуации, связанной с пандемией коронавируса. Именно отлаженное взаимодействие всех служб и руководства средства размещения должно стать основой для обеспечения безопасности гостей в средствах размещения в период пандемии [4].

Таким образом, в отличие от многих отраслей, например, образования или развлечений, мировая индустрия туризма в целом и индустрия гостеприимства в частности не первый раз проходят через массовые сокращения спроса. Однако урон от COVID-19 будет сильнейшим за всю историю. В перспективе, с одной стороны, сложившаяся ситуация приведет к пересмотру санитарных норм и стандартов оказания услуг, с другой – откроет новые возможности для развития. Многие предприятия уже запустили инициативы по обновлению процессов ведения бизнеса и обслуживания клиентов с учетом изменения предпочтений потребителей [1].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. https://online.innoagency.ru/page12779693.html (дата обращения: 24.11.2020).
2. https://yandex.ru/adv/solutions/analytics/turizm-v-2020-ot-kaliningrada-do-kamchatki(дата обращения: 24.11.2020).
3. https://innoagency.ru/files/20200624_Технологии%20для%20безопасной%20среды.pdf(дата обращения: 24.11.2020).
4. https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/333992/WHO-2019-nCoV-Hotels-2020.3-rus.pdf(дата обращения: 24.11.2020).
5. https://hoteltechnologynews.com/2020/04/hilton-doubles-down-on-contactless-check-in-and-disinfection-technologies-as-part-of-new-cleanliness-program/(дата обращения: 24.11.2020).

ИЗМЕНЕНИЯ И НОВШЕСТВА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ, ВЫЗВАННЫЕ ПАНДЕМИЕЙ КОРОНАВИРУСА

Терехин Р.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Эпидемия коронавирусной инфекции, начавшаяся в 2019 году, нанесла непоправимый урон как мировой экономике в целом, так и отдельным ее отраслям. Одними из наиболее пострадавших отраслей являются сфера туризма, индустрия гостеприимства, и гостиничный бизнес, как одна из ключевых их составляющих. Пандемия приостановила работу более 70 % гостиниц. Под угрозой банкротства оказались более 50 % отечественных гостиниц, тысячи их сотрудников имели потенциал остаться безработными [1]. По данным исследования JLL, на сегодняшний день убытки гостиниц Москвы составляют 210 млн. рублей в день, Санкт-Петербурга - более 48 млн. рублей в день. В наиболее пиковые моменты пандемии загрузка средств размещения падала до 3-5%, а в ряде регионов до 1-3% [2].

Чрезвычайно активное распространение инфекции и объявление пандемии внесли совершенно непредсказуемые коррективы в деятельность средств размещения. Гостиничные предприятия вынуждены оперативно производить такие изменения в своей деятельности, которые в иной ситуации были бы совершены в самую последнюю очередь. Глобально производимые изменения и внедряемые новшества можно подразделить на две большие группы.

1. Меры предосторожности и нововведения, применяемые для обеспечения безопасности лиц, пользующихся услугами гостиницы;
2. Новаторские и креативные решения, позволяющие гостинице извлекать прибыль из сложившейся ситуации.

Составляющие первой группы по большей степени определяются средствами нормативного регулирования. Непосредственно в Российской

Федерации власти каждого региона имеют право вводить какие-либо ограничения в зависимости от эпидемиологической ситуации. Например, в определенный момент на территории многих областей, в том числе и Нижегородской, была приостановлена деятельность фитнес-клубов, бассейнов, тренажерных залов, саун, были введены жесткие ограничения по количеству людей на массовых мероприятиях. Соответственно, гостиничные предприятия в тот момент были вынуждены прекратить предоставлять достаточно широкий перечень дополнительных услуг. Данное решение необходимо было выполнять строго и беспрекословно. Однако в то же время существуют и такие нормативные акты, в исполнении которых гостиничные предприятия могут проявлять инициативу и достигать установленных требований различными путями. Например, «Рекомендации по профилактике новой коронавирусной инфекции (COVID-19) в учреждениях, осуществляющих деятельность по предоставлению мест для временного проживания (гостиницы и иные средства размещения)». Основными требованиями к гостиничным учреждениям в данном нормативном акте являются следующие [3].

- Обеспечение соблюдения социального дистанцирования в местах общего пользования не менее 1,5 метров с помощью сигнальной разметки.
- Проведение в местах общего пользования обеззараживания воздуха.
- Проведение в помещениях гостиниц профилактической дезинфекции.
- Организация проветривания помещений каждые 2 часа.
- Установка в холлах и в местах общего пользования дозаторов с антисептическими средствами для обработки рук.
- Соблюдение всем персоналом гостиницы при выполнении своих служебных обязанностей мер личной гигиены, использование масок и перчаток.

- Обеспечение персонала необходимым запасом масок, перчатками, дезинфицирующими салфетками, кожными антисептиками для обработки рук.
- Организация перед началом смены "входного фильтра" с обязательным проведением термометрии бесконтактным способом.
- Проведение термометрии каждого лица, посещающего гостиницу в течение дня.
- Преимущественное одноместное расселение гостей, за исключением семейного проживания.
- Обеспечение, при возможности, приобретения гостями на территории гостиницы средств индивидуальной защиты и антисептических средств.
- Ряд требований к периодичности и процессу проведения уборки на всей территории средства размещения.

Несмотря на столь широкий спектр требований, необходимых к выполнению, различные средства размещения стараются предпринимать также иные меры для обеспечения безопасности гостей. К примеру, такие гостиничные сети как «Hilton» и «Marriott» добавили в свои мобильные приложения функции, которые позволяют: самостоятельно выбирать номер для заселения, производить бесконтактную регистрацию и выселение из отеля, загружать на собственный смартфон цифровой ключ, которым открывается дверь в номер [4]. Также данные приложения позволяют заказать рум-сервис. Помимо этого, в приложении освещаются рекламные предложения, что позволяет гостинице избавиться от печатной продукции. В некоторых гостиницах посредством подобных приложений происходит диалог с консьержами и, соответственно, предоставление их услуг.

Также с целью повышения безопасности в средствах размещения гостиницы стремятся к взаимодействию с медицинскими и различными организациями, компетентными в сфере обеспечения гигиены и чистоты. К примеру, международная сеть «Hyatt» проводит совместно с глобальным

консультативным советом по биорискам (GBAC) программы обучения и аккредитации сотрудников. Различные медицинские и отраслевые консультанты, включая экспертов из Кливлендской клиники, помогают сети в совершенствовании норм безопасности.

Сеть «Hilton» же для достижения подобных целей разработала программу «CleanStay», в рамках которой она сотрудничает с компанией «Reckitt Benckiser,» производителями «Lysol» и «Dettol», а также консультируется с клиникой Майо для разработки новых процессов и обучения сотрудников [5].

Сеть «IHG» («International Hotel Group») запустила методику уборки «Way of Clean», разработанную в сотрудничестве с «Ecolab» и «Diversey» - мировыми лидерами в области технологий и услуг чистики и гигиены. Так же, как и в случае с «Hyatt», для ее совершенствования были привлечены специалисты из Кливлендской клиники. Подобную программу ввел и Radisson Hotel Group - Radisson Safety Protocol. В сети «Marriott» с той же целью был создан консультативный совет - Marriott Global Cleanliness Council [6].

Данные протоколы и стандарты регламентируют не только сферу, связанную с уборкой и дезинфекцией территории гостиницы, но и многие элементы обслуживания гостей. К примеру, с целью разграничения потоков в ресторанах отеля сети «AKKA» время проведения ужина было разделено на два временных отрезка. Также появилась возможность заранее забронировать время ужина. Во многих отелях в холлах появились стойки ограждения, которые помогают соблюдать дистанцию. В отелях сети «Voyage» чемоданы гостей проходят дезинфекцию, для постояльцев доступны бесплатные маски и перчатки. В зоне стойки ресепшен имеются гигиенические коврики, а также установлены контейнеры для сбора загрязненных отходов. Все предметы, которые персонал передает гостю, проходят дезинфекцию [7]. Повсеместно поощряется метод бесконтактной оплаты за предоставленные услуги. Во многих отелях при заселении просят заполнить анкету о

состоянии здоровья и перемещениях за последние две недели, в некоторых из них данную процедуру возможно выполнить бесконтактно.

Кроме мер предосторожности, которые предотвращают распространение вируса на территории средства размещения, гостиницы, как уже упоминалось, для получения прибыли в столь неблагоприятной ситуации, вводят новые тарифы на размещения и создают новые креативные решения. К примеру, для повышения интереса к долгосрочным бронированиям, на проживание от 7 дней, гостиницами вводятся скидки, которые в некоторых случаях достигают 50%. Отель из Санкт-Петербурга, «Гельвеция», проводил акцию, которая заключалась в бронировании номера в гостинице по цене аренды квартиры. Срок аренды составлял от 30 до 60 дней. В стоимость проживания включены: регистрация в отеле, регулярные уборки номера, смена белья, фирменные халат и тапочки, косметические средства и средства личной гигиены, ежедневные завтраки. Данный тариф был действителен с 20 марта по 1 августа 2020 [8].

Примером альтернативной меры может служить гостиница Гранд Отель «Ока». Здесь был разработан тариф «удаленная работа», при котором гость бронирует номер менее чем на сутки, а конкретно на 9 или 12 часов. Данный тариф создан по примеру сетей «Ibis», «Mövenpick» и «Mercury», которые запустили услугу «Hotel Office». Она подразумевает, что номера можно арендовать как рабочее помещение с 9 до 18 часов как на сутки. Данное предложение выгодно для людей, которые перешли на дистанционный формат работы, но по каким-либо причинам, работать дома им некомфортно. В Санкт-Петербурге же подобную схему запустили гостиницы сети «Station». Тариф «Командировка», предлагает при бронировании на две и более ночей включение в стоимость проживания трансфер с вокзала, завтраки и ужины, и экспресс-офис [9].

Подобным методом, благодаря которому гостиница может поддерживать определенный уровень загрузки, является преобразование средства размещения в обсерватор. В данной ситуации весь номерной фонд

гостиницы оборудуется под проживание лиц с обнаруженной коронавирусной инфекцией, или же с подозрением на нее. В таком случае наполняемость гостиницы может повыситься за счет людей, которые опасаются заразить своих близких, а также за счет государственных программ, при которых проживание медиков оплачивается из городского бюджета.

Таким образом, за время пандемии сфера гостиничной деятельности понесла огромный урон за счет колоссального снижения туристических потоков. Также средства размещения несут несравнимые затраты на обеспечение безопасности проживания туристов, выполнение необходимых требований, разработку собственных регламентов и стандартов. В этой работе они взаимодействуют со многими медицинскими компаниями и организациями, компетентными в сфере обеспечения гигиены и чистоты. Постепенно внедряются новые технологии, которые позволяют выполнять многие функции дистанционно. В условиях пандемии гостиницы вынуждены использовать собственную инфраструктуру новым образом, подстраиваться под условия ограничений. Поэтому средствами размещения разрабатываются новые тарифы, которые позволяют поддерживать загрузку на определенном уровне.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Зайцев К.В. Современные проблемы рынка гостиничных услуг и пути их решения // Инновационный дискурс развития современной науки и образования Сборник статей Международной научно-практической конференции, Петрозаводск, 21 июня 2020 г. Петрозаводск, 2020. С.130–133

2. Жданова М.П. Влияние пандемии коронавируса на гостиничный бизнес в России // За нами будущее: взгляд молодых ученых на инновационное развитие общества сборник научных статей Всероссийской молодежной научной конференции: в 4 т. Курск, 2020 г. – Курск, 2020. С. 112-115

3. Методические рекомендации МР 3.1/2.1.0193-20 "Рекомендации по профилактике новой коронавирусной инфекции (COVID-19) в учреждениях,

осуществляющих деятельность по предоставлению мест для временного проживания (гостиницы и иные средства размещения)" (утв. Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека 4 июня 2020 г.).

4. Skyscanner [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: https://www.skyscanner.ru/news/oteli-i-gostinitsy-posle-coronavirusa. – Новый гостиничный мир: как будет выглядеть проживание в отеле после коронавируса. (Дата обращения 25.11.2020).

5. Karlson Tourism [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: https://www.karlson-tourism.ru/about/news/Hilton-Clean-Stay-novyy-standart-chistoty-v-otelyakh-seti/. – Hilton Clean Stay - новый стандарт чистоты в отелях сети. (Дата обращения 27.11.2020).

6. Marriott Bonvoy [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: https://clean.marriott.com. – Commitment to Clean. – (Дата обращения 27.11.2020).

7. Voyage Hotels [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: https://www.voyagehotel.com/. – Декларация о здоровье и безопасности отелей voyage. – (Дата обращения 27.11.2020).

8. Фулов Н.Р. Влияние covid-19 на индустрию гостеприимства // СОвременная наука: актуальные вопросы, достижения и инновации сборник статей XIV Международной научно-практической конференции. Пенза, 2020 г. Пенза, 2020. С. 179-181.

9. Tour Dom.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: https://www.tourdom.ru/news/ofis-na-chas-oteli-v-gorodakh-rossii-predlagayut-nomera-dlya-raboty-na-udalenke.html. – Офис на час: отели в городах России предлагают номера для работы на удаленке. (Дата обращения 28.11.2020).

ОСОБЕННОСТИ РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЯ В ГОСТИНИЦАХ

Трущенков Д.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность проблемы ресурсосбережения в гостиничном сегменте обуславливается тем, что отельеры постоянно заняты оптимизацией своих

затрат в целях увеличения доли прибыли, в то время как на сегодняшний день рынок «зеленых» технологий готов предложить владельцам ряд эффективных решений для минимизации постоянных издержек на коммунальные услуги и оптимизации управления энергосбережением предприятия.

Далеко не секрет, что порядка 40% расходов гостиницы приходится именно на оплату коммунальных услуг, которые с каждым годом только продолжат расти в цене [1].Энергосберегающие технологии, что уже сегодня представлены на рынке, дают возможность регулировать потребление энергии без ущерба функционалу гостиницы и комфорту проживающих в ней гостей.

В последние годы «зеленое» строительство, вслед за другими сферами, всё больше обретает свою актуальность в российской индустрии туризма и гостеприимства. Своей целью оно ставит энергосбережение природных ресурсов, которые ещё в прошлом веке человечество нещадно эксплуатировало, не задумываясь о последствиях наносимого ущерба планете и «собственным кошелькам».Сегодня задачами ресурсосбережения в гостиницах можно назвать стимулирование рационального потребления энергоресурсов и целесообразности их экономии, создание и внедрение энергоэффективных материалов, устройств и технологических процессов [2].

Программа энергоэффективности на законодательном уровне способна дать значительный толчок и экономике государства: так, на примере ряда развитых стран, запуск ресурсосберегающих технологий в одной отрасли приводил в движение все смежные ей отрасли, в конечном итоге заставляя крутиться уже весь экономический механизм.

Несмотря на то, что Россия является страной-экспортером природных ресурсов, в последние годы были приняты следующие нормативно-правовые акты, стимулирующие интерес внедрять «зеленые» технологии в бизнес:

– Постановление Правительства РФ №275 от 07.03.2017 г., утверждающее подготовленные Минэнерго РФ первостепенные

неукоснительные требования энергоэффективности зданий, строений, сооружений (действует до 1 января 2021 года) [3].

– Распоряжение Правительства РФ №1853-р от 01.09.2016 г. «План мероприятий («дорожная карта») по повышению энергоэффективности зданий, строений и сооружений» [4].

Данные НПА говорят о том, что сегодня при строительстве нового здания, либо после капремонта, должно быть предусмотрено наличие энергосберегающего оборудования, обеспечивающего автоматическую регулировку тепловой энергии в отопительных и вентиляционных системах, системе горячего водоснабжения под внешние климатические условия. Так или иначе, теперь отельеры обязаны планировать ресурсосбережение.

Проще ситуация обстоит с новыми зданиями, так как при проектировке гораздо проще рассчитать необходимую мощность инженерных оборудований с учетом предполагаемых энергозатрат. Инвестируя в энергоэффективность на этапах проектирования и строительства, можно добиться экономии ресурсов и снижения расходов на коммунальные услуги уже в первые годы.

Уже работающим предприятиям рекомендуется провести энергоаудит, то есть энергетическое обследование здания и инженерных систем на предмет перерасхода энергии. По итогу проведения энергоаудита составляется энергетический паспорт гостиничного объекта в форме, установленной приказом Минэкономразвития РФ от 25.05.2020 г. №310: в документ включаются общие сведения об объекте энергоаудита, сведения об оснащенности приборами учета энергоресурсов, объем и динамика их эксплуатации, величина их потерь и рекомендации по их сокращению, показатели энергоэффективности и класс энергоэффективности гостиницы, а также потенциал энергосбережения, включающий перечень мероприятий и типовой план по совершенствованию энергоэффективности [5].

Любая оценка энергоэффективности гостиницы начинается с расчета потребления энергии его энергоресурсами. Наиболее энергозатратными

ресурсами гостиницы являются системы освещения и приточной вентиляции номеров, система кондиционирования (включающая потери тепла при частом открывании дверей), кухонные вытяжные вентиляции и горячее водоснабжение всего здания. В зависимости от климатического пояса может наблюдаться специфическая потребность отеля в дополнительном отоплении или кондиционировании, однако для всех основной остается электроэнергия. В России она стоит в 3-4 раза дороже тепловой, соответственно даже значительные затраты на тепло будут оставаться дешевле электричества.

Главная сложность в разработке энергоэффективных решений состоит в правильной оценке экономического потенциала от их применения, так как на эффективность экономии могут влиять также погодные условия, заполняемость гостиницы, работа смежных систем и т.п.

В оценке энергоэффективности гостиницы можно воспользоваться экспериментальным методом либо методами энергетического моделирования. Первый подходит в случае малобюджетных решений, которые будут априори эффективными: собирается статистика потребления энергии за прошлый период, далее сравнивается и оценивается с нынешней статистикой с учетом внесенных изменений. Если решения сложные и затратные, то прибегают к моделированию. Энергетическое моделирование предполагает создание компьютерной модели гостиницы, в которой воспроизводится имитация её существования в течение всего года с учетом местоположения, метеорологических данных, параметров и мощностей инженерных систем здания, а также графика и расписания заполнения гостиничного предприятия в течении дня, недели, сезонов. Анализ энергопотребления систем и их взаимосвязей позволяет получить достоверные и точные данные экономии и расчет окупаемости от принятых энергоэффективных решений.

Экономить энергию рекомендуется с наиболее энергозатратных систем. Основными «зелеными» решениями можноназватьследующие:

Снижение электропотребления. В освещении для снижения потребляемой электроэнергии гостиница может произвести замену осветительных проборов на светодиодные (уже порядка 10% экономии электричества), установить в помещениях и номерах световые датчики присутствия и диммировать освещение в зонах достаточного естественного освещения. В системах теплоснабжения, кондиционирования и вентиляции рекомендуется установка датчиков углекислого газа, управляющих расходом наружного воздуха в общественных зонах, могут быть полезными внедрение системы фрикулинга (управляемого «свободногосквозняка») в центральные системы холодоснабжения кондиционеров для дополнительного обогрева пола, а также систем рекуперации тепла для балансировки тепла и формирования комфортного микроклимата. По возможности можно получать электричество из возобновляемых источников (солнца – солнечных панелей, ветра – ветряков).

Сокращение водопотребления. Экономия потребления горячей воды возможна благодаря установке терморегуляторов на приборы отопления и водоснабжения. Воду в номерах можно экономить благодаря эффективным смесителям со встроенными аэраторами и двойным кнопкам смыва на унитазах.В жарких районах возможен естественный нагрев воды с помощью солнечных тепловых коллекторов.

Панорамное высокоэффективное остекление. Панорамные окна не только позволяют достичь высокого уровня естественного освещения, но и удовлетворяют потребность современного гостя в зрительном комфорте [6]. А если к ним добавить двойные стеклопакеты с солнцезащитным покрытием, то можно получить значительное снижение потребности гостиницы в энергоресурсахдо 11%.

*Оптимизация тепловой оболочки здания.*Сегмент теплообеспечения в России из-за климатических особенностей является довольно востребованным, а потому активно развивается [7].С начала 2000-х годов отечественные предприятия могут предложить немало различных

теплоизоляционных плит (например, пенополистирол) для облицовки фасада здания и перекрытий над подвалом, которые позволяют снизить энергопотребление на целых 30%.

*Внедрение экологических АСУ.*Применение ресурсосберегающего оборудования до конца не решает вопрос повышения энергоэффективности в гостинице. Потому на помощь им приходят автоматизированные системы управления, такие как smartbuilding иGRMS.

Автоматизированная система «Умное здание» предполагает внедрение в гостинице полной автоматизации всех инженерных систем здания с установлением централизованного контроля и управления ими. Такая АСУ подойдет скорее для проектируемых зданий, так как внедрение системы в действующий объект размещения может обойтись ему в колоссальную сумму.

Наиболее подходящим вариантом для работающей гостиницы является система автоматизации гостиничных номеров GRSM (GuestRoomManagementSystems), позволяющая управлять энергопотреблением отдельно взятого номера или служебного помещения без прокладки кабельных систем по всему зданию. К функциям GRMS можно отнести климат-контроль, учет потребления электричества и воды, управление освещением (включающим датчики движения, диммеры, светодиодную подсветку) и шторами, мониторингминибара и сейфа. Расширенные версии предполагают также функцию контроля доступа в бэк-офис организации и на этажи здания через лифты. Работает такая АСУ с помощью сети wi-fiна беспроводных датчиках, связанных с контролером по энергосберегающему протоколу zigbee. Внедрение данной системы позволит не только сократить энергозатраты на 40%, но и сделать пребывание гостей более комфортным и удобным.

Организационные меры. При планировании и проведении мероприятий, связанных с внедрением энергосберегающих технологий, оборудования, материалов и вмешательством в инженерные системы, не стоит пренебрегать

применением организационных мер. Например, в целях экономии на отоплении в холодный сезон и на кондиционировании – в теплый, зимой рекомендуется заселять северные номера в последнюю очередь, а летом – наоборот; также следует понизить параметры выработки тепла для отопительного оборудования в пустующих номерах. Вообще, в дневное время заполняемость гостиницы снижается по сравнению с вечерними, ночными и утренними часами, потому отельерам следует подумать над целесообразностью применения специальных тарифов на ресурсы, дифференцированных по времени суток со снижением к ночному времени.

Следующие энергоэффективные решения в рамках проектов ресурсосбережения действующих гостиничных предприятий, а также набирающих популярность эко-отелей, активно пропагандирующих бережное отношение к природным ресурсам планеты, в конечном итоге способствуют экономии финансов организации, снижению затрат на техобслуживание инженерного оборудования, росту привлекательности в глазах потенциальных гостей, в том числе экологически ответственных, расширению рынка сбыта и, в конечном итоге, росту прибыли гостиницы с продажи номерного фонда [8].

Таким образом, грамотнаяоценка энергоэффективности здания и оптимального уровня издержек вместе с правильным выбором подходящихгостинице технологических решений по ресурсосбережению в конечном итоге позволит ей стать более конкурентоспособной, экономически эффективной, рентабельной, а главное – комфортной для гостя.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Технологии энергосбережения: умные решения для сокращения расходов отеля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mm-technologies.ru/ (дата обращения 23.11.2020).

2. Инновационные энергосберегающие технологии в учреждениях размещения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://voyagespb.ru/ (дата обращения 23.11.2020).

3. Постановление Правительства РФ от 7марта 2017 г. N 275 (ред. от 05.07.2018) «О внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации по вопросам установления первоочередных требований энергетической эффективности для зданий, строений, сооружений» // Собрание законодательства РФ. 17.03.2017. Ст.1719.

4. Распоряжение Правительства РФ от 1 сентября 2016 г. N 1085-р «План мероприятий («дорожная карта») по повышению энергоэффективности зданий, строений и сооружений» // Собрание законодательства РФ. 12.09.2016. Ст.5519.

5. Приказ Министерства экономического развития РФ от 25 мая 2020 г. N310 «Об утверждении требований к проведению энергетического обследования, результатам энергетического обследования (энергетическому паспорту и отчету о проведении энергетического обследования)» // Минюст России. 24.06.2020. №59071. Ст.1.

6. «Зеленые» технологии в индустрии гостеприимства [Электронный ресурс]. – Режим доступа https://www.frontdesk.ru/ (дата обращения 23.11.2020).

7. Иващенко, Ю.А.Пути повышения энергоэффективности в организациях гостиничного бизнеса / Ю.А. Иващенко, С.А. Калитко // Colloquium-journal. 2018. №3(14). С. 13-15.

8. Полстяная, Н.В. Экологические отели как современная инновационная концепция в индустрии гостеприимства / Н.В. Полстяная, Т.П. Кононенко, В.И. Федак // Sciences of Europe. 2018. №25. С. 8-12.

ОРГАНИЗАЦИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ С ДОМАШНИМИ ЖИВОТНЫМИ В ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Уголькова Ю.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В работе рассматривается вопрос о серьезности развития в гостиницах и иных средств размещения специально организованной предметной среды для проживания, времяпровождения, отдыха и обслуживания клиентов, заселяющиеся с домашними питомцами. Данные условия напрямую является

востребованным проектом, которая колоссально повышает конкурентоспособность на рыке в сфере гостиничных услуг.

С каждым днем набирают обороты популярности клиентов приезжающие со своими домашними питомцами. Запросы на путешествие с животными, образуют факт того, что различным гостиницам приходится предпринимать определенные действия для того, чтобы оказать соответствующие и должное обслуживание данному категорией людей, чтобы подняться на рынке среди своих конкурентов. К сожалению на данный момент существует очень мало гостиниц, которые способны организовать подобающий прием и размещение клиентов с домашними питомцами. Рассмотрим диаграмму с различными странами, где большинство гостиниц предоставляет данное обслуживание от наибольшего к наименьшему.

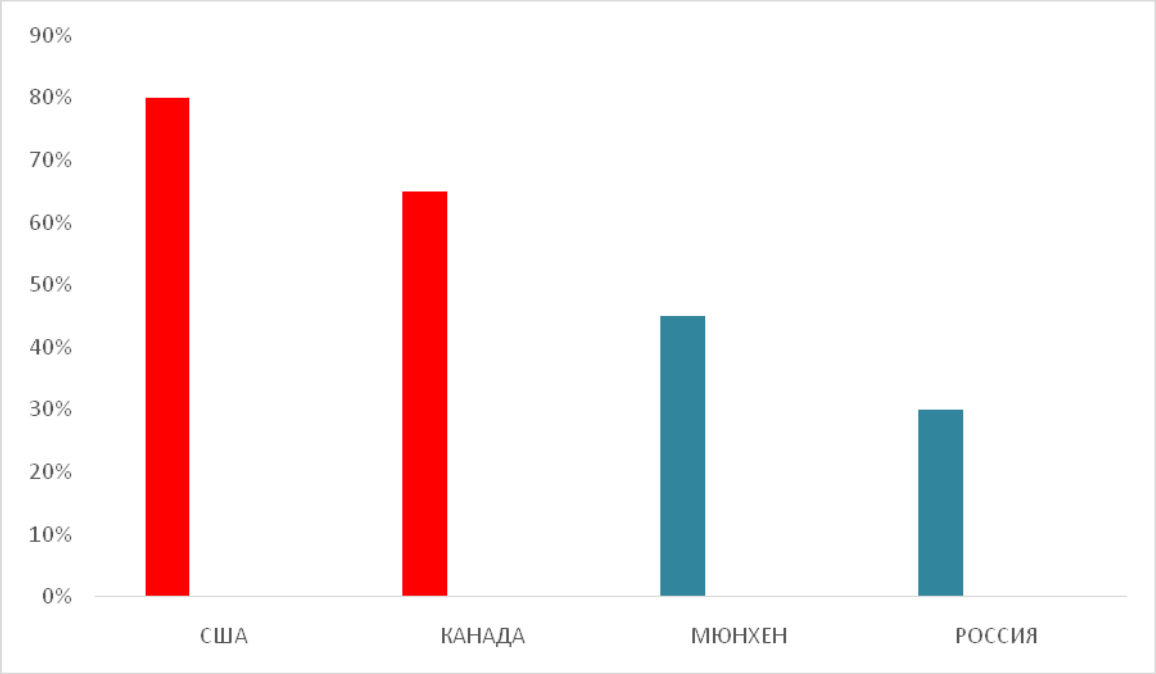


Рис. 1. Виды стран по популярности гостиниц для обслуживания клиентов с животными

Как мы видим на представленной диаграмме наибольшей процент оказываемой данной услуги, лидирующий среди других взятых для анализа стран, является США. Приведем пример США. В этой стране функционирует специальный сайт для тех путешественников, которые постоянно колесят со своими любимцами — на нем адреса сотен гостиниц по всей Америке,

которые предлагают специальные развлекательные программы для животных. От программ особо активны гостиницы премиум-сегмента, так, например, все отели сети Four Seasons Hotels and Resorts принимают только животных весом до 15 фунтов (около 7 кг). Так же можно поговорить об гостиничном операторе Starwood, который с 2003 года объявил о программе Starwood LTD (LoveThatDog). Она предполагает, что в гостиничных сетях Sheraton, Westin и W hotels в США и Канаде для четвероногих гостей предусмотрены специальные кроватки и наборы игрушек, при желании им можно заказать массаж. Так же сеть отелей Monaco решила использовать такой вариант, как транслировать для собак и других животных специальные видеофильмы, которые можно посмотреть, попивая из миски воду Evian. Следовательно отсюда можно сделать вывод, что данная гостиница с помощью этой услуги повышает себе рейтинг и зарабатывает на рекламе данной продукции.

В большинстве аналогичных отелей гостям дадут информацию и о местных заведениях приема пищи, которые можно посещать с животными. Любовь к животным характерна не только отелям США и Канады. Взять еще отели в Мюнхене набирается более 100 штук отелей, где гостя примут на ночлег с домашним любимцем. Стоит обратить внимание на то что, во многих случаях размещение животного проводится без дополнительной оплаты. Развлекательно-культурные вечера для питомцев устраивает пятизвездочный отель «ParkHyattVienna» в Вене. Кроме выполнения типичных поручений, таких как вывести животного на прогулку, отель может организовать ему культурный досуг. Так же работники отеля могут организовать доставку животного в любую точку города.

В России сегмент отелей, принимающих с животными, очень невелик. Это вполне следовала ожидать, ведь в таких гостиницах требуется гораздо более тщательная уборка, необходимо обеспечить отличную шумоизоляцию и учесть еще очень много критериев. Далеко не все готовы пойти на эти сложности, чтобы гости имели возможность приехать в гостиницу с

животными. В отелях, где разрешено проживание с домашними животными, в большинстве случаев повышен цены на обслуживание и номера, так как уход за животными так же полагает за собой плату за конкретные услуги. Гостю следует заранее позаботиться о визите в подобный отель. В большинстве отелей, даже в тех, где размещение с животными разрешено, необходимо получить предварительное согласие на проживание со своим домашним любимцем, необходимо связаться с администрацией отеля и сделать запрос на проживание.

Возьмем в пример отель «Имеретинский» в городе Сочи проживание с животными можно только после внесения депозита для оплаты возможного ущерба: 5 000 рублей при размещении от 7 до 30 дней, менее 7 дней – 700 р/сутки за каждое животное. Так же стоит обязательно помнить о том, что размещение с животными разрешается при наличии ветеринарных документов (справка от ветврача с отметкой обо всех прививках).

В Санкт-Петербурге о готовности принимать гостей с животными подают заявки, два десятка гостиниц, среди которых: пятизвездочный «Сокос Отель Палас Бридж» в котором размещение одного животного стоит 650 рублей в сутки. Отель готов принять не только собак и животных, но и других питомцев. Так же, свою готовность принять животных выражают разные по классу мини-отели, включая даже самые бюджетные варианты. В российской столице особое внимание размещению животных уделяют дачные отели и пансионаты Подмосковья — на рынке работает специальная туристическая компания, которая делает особый акцент на организации отдыха с животными. При этом плата за проживания довольно недешевое удовольствие.

Различные гостиницы в России и за ее рубежом, в которых предоставляются услуги для гостей с домашними питомцами. Путешествия с животными развивается все более частой практикой в мире, но в России пока что скептически относятся к данной услуге. Такое отношение объясняется тем, что отельеры боятся за имущество своих владений и естественно

поднимают высокую планку цены, за размещение гостей с домашними любимчиками. В тоже время за границей, во многих странах, активно ведется работа с данной категорией гостей. Хозяевам и питомцам дают огромное количество дополнительных необычных услуг, которыми гости с удовольствием пользуются и возвращаются вновь в отель.

В июле 2016 года был принят ГОСТ Р 57014-2016 «Услуги по временному содержанию непродуктивных животных. Общие требования». Национальный стандарт является добровольным, по сколько исполнять его, по сути, обязана лишь та гостиница, которая по собственному желанию, которая будет проходить сертификацию на соответствие требованиям данного стандарта. Для потребителя стандарт является ориентиром при выборе места временного пребывания своего питомца и оценки услуг, предлагаемых гостиницей. Он распространяется на все гостиницы для кошек и собак (и других домашних животных). Пункты из данного стандарта можно применить к гостинице, которая планирует принимать гостей с домашними питомцами.

В гостиницах, где разрешается прием людей с домашними питомцами обязана происходить более тщательная уборка помещений после выезда. Гостей с животными желательно располагать не выше 3 этажа гостиницы. Так же отсутствие ковров в номерах. Уборка проводиться с применением дезинфицирующих средств. Обязательно должна быть хорошая звукоизоляция. Температура в помещение где находится питомец не должна быть ниже 18 градусов, а влажность воздуха 80%. Так же должна быть оборудована ветеринарная аптечка для оказания первой ветеринарной помощи. Ответственность за поведение, сохранность жизни питомца отвечает его хозяин.

Отель, который практикует услугу размещения с животными, должен самостоятельно разработать правила по уходу за гостиничными номерами для своего персонала при заселении и выселении такого гостя. Полностью изучив документы, которые в некоторой степени могут регулировать

предоставление такой услуги, а также проанализировав практику работы зарубежных гостиниц в данном направлении.

Для наиболее качественного предоставления услуги:

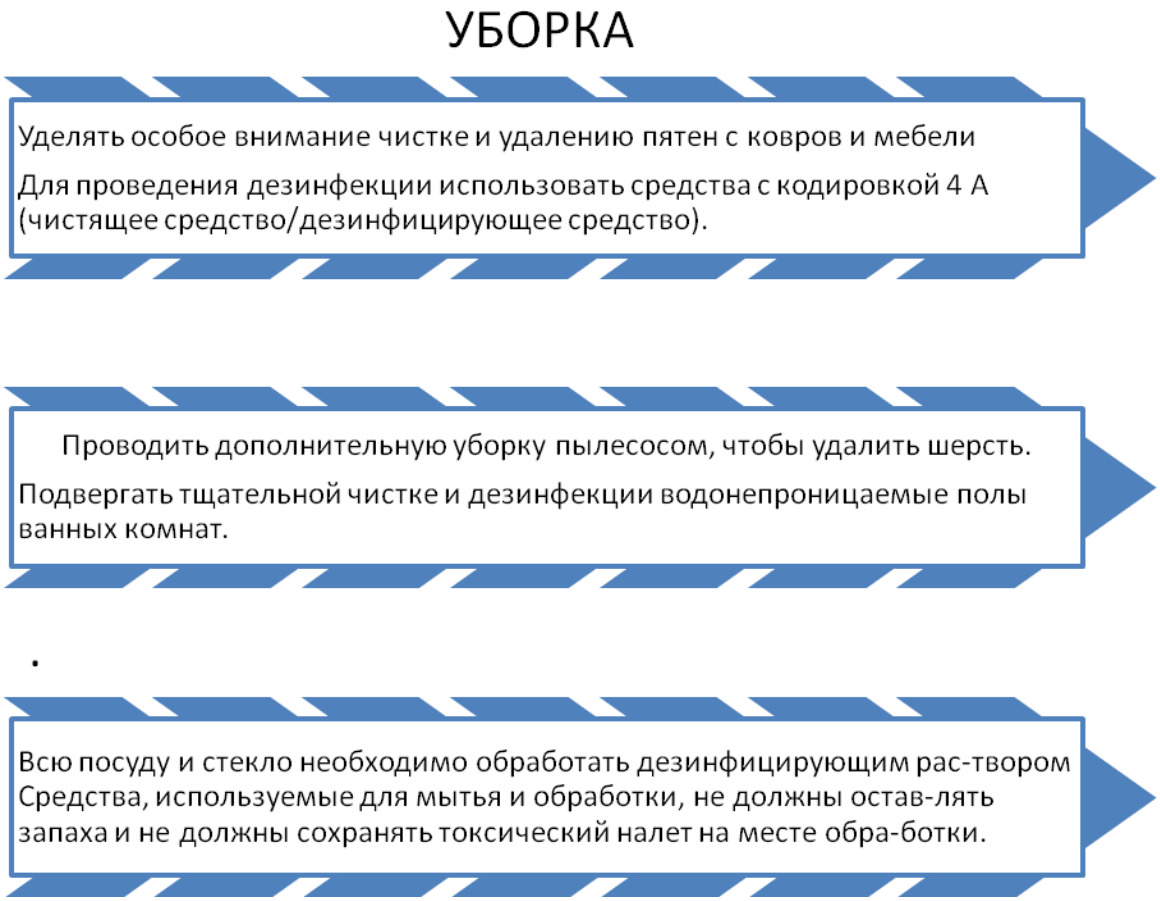


Рис. 1. - Примерный перечень работ, для наиболее качественного предоставления услуги

Были рассмотрены разнообразные гостиницы в России и за рубежом, в которых предоставляются услуги для гостей с домашними питомцами. Путешествия с домашним питомцем становится все более частой практикой в мире. Таким образом данная модель организации специально среды обслуживания гостей с домашними питомцами содержит все компоненты отвечающие современным нормативными требованиям. В зависимости от потенциальных возможностей каждой гостиницы, она может иметь свои отличительные особенности за счет включенных дополнительных услуг, которые способных создать гостиничному предприятию определенные конкурентные преимущества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. ГОСТ Р 57014-2016 Услуги для непродуктивных животных. Услуги по временному содержанию непродуктивных животных (дата обращения: 29.11.2020).
2. Горбашко Е.А. Обеспечение конкурентоспособности гостиничных услуг. М.: Новое время, 2015. 419с.
3. Тимохина Т.Л. Организация приема и обслуживания туристов. М., 2019.
4. Федеральное агентство по туризму. – Режим доступа:https://tourism.gov.ru/?roistat_visit=30976584 (дата обращения:26.11.2020).

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ИНИЦИАТИВ В БИЗНЕСЕ ГОРОДА НИЖНЕГО НОВГОРОДА

Чиркова Е.Н.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Решение проблемы загрязнения окружающей среды, имеет большое значение, поскольку это вопрос выживания людей. Планета спокойно переживет все катаклизмы, вызванные антропогенным фактором, однако большой вопрос сможет ли человечество адаптироваться под эти изменения. Между экономическим развитием и экологическим кризисом существует непосредственная связь, нехватка ресурсов ведет к возникновению новых экономических проблем. Вследствие кризисов вероятнее всего наступит голод, будут развязываться войны, которые ставят под угрозу жизнь будущих поколений.

Однако не только угроза жизни и здоровья будущих поколений волнует экспертов, уже сегодняизменение климата достигло кризисного уровня. В России температура растет в 2.5 раза быстрее среднемирового значения, вызывая климатические катастрофы [1].

Целью данной статьи является исследование опыта применения экологических инициатив в бизнесе города Н.Новогорода. Для достижения поставленной цели в работе решаются следующие задачи: Дать

характеристику таких понятий как: концепция устойчивого развития, зеленая экономика, корпоративная экологическая ответственность.Оценить возможности внедрения экологических инициатив для бизнеса в Нижнем Новгороде, а также проанализировать опыт компаний, которые выбрали зеленый вектор развития.

К устойчивому развитию сейчас стремятся ведущие государства мира, в том числе и Россия, благодаря этой стратегии к нам пришел тренд на ответственное ведение бизнеса. Концепция устойчивого развития – это модель сбалансированного, самоподдерживающего развития общества, достигающаяся путем взаимосвязанного решения экологических, социальных и экономических вопросов. В основе концепции стоит удовлетворение потребностей населения без ущерба для последующих поколений.

Проблема сбережения ресурсов строится на том, что на данном этапе общество живет в «долг» у будущего поколения, проще говоря человечество тратит больше ресурсов, чем планета может восстановить за год. В 2020 году день, когда люди истратили все ресурсы, которые Земля восстановит за год пришелся на 22 августа, по оценкам экспертов, чтобы без последствий обеспечивать человечество ресурсами, в течении года,людям требуется 1.6 планеты [2].

Главный популяризатор зеленой экономики – ООН. Согласно программе организации по окружающей среде, под термином «зеленая экономика» понимается уклад экономики, при котором ключевыми задачами являются сохранение и приумножение природного капитала и одновременно рост благосостояния населения [3].

Понимание того, что больший вред планете приносят в первую очередь большие корпорации и производство, не исключает того, что рядовой потребитель начинает обращать на проблему внимание и изменять свою жизнь.

Когда рождается спрос на потребление тех или иных услуг у более осознанных компаний, не готовые к переменам компании теряют своих

клиентов и прибыль. Это очень сложный процесс, потому что речь идет о тренде на осознанное потребление, то есть компаниям, вставшим на этот путь, нужно как-то выживать, продавая свои услуги и одновременно сокращать потребление, что в принципе звучит невозможно. Однако многие компании не плохо с этим справляются.

Роль бизнеса в решении проблемы глобального загрязнения огромная. Производитель, взаимодействуя с товаром на первых этапах его жизни, решает какой будет углеродный след. При выборе поставщиков, материалов, упаковки, состава, транспортировки важно учесть соотношение экономической выгоды и влияния на планету. Никто не будет работать в убыток и производить дорогой товар, например, в стеклянной таре, если потребитель не готов его покупать, доплачивая за более экологичную упаковку. Но благодаря тренду на осознанное потребление, многие готовы платить больше за продукт ответственного продавца. Однако соблазнительная перспектива выдать свой товар за «зелёный» и повысить тем самым спрос на него, не дает покоя многим маркетологам.

Исходя из этого, появляется еще одна проблема – не осведомленность в обществе. Но и ее осознанная компания способна решить, путем введения в свою корпоративную культуру бережное отношение к планете и обучая своих сотрудников. Под корпоративной экологической ответственностью понимается приверженность бизнеса концепции устойчивого экономического развития в работе со своими сотрудниками, их семьями, местным населением, обществом в целом с целью улучшения качества их жизни [4].

На данный момент многие бренды продают вместе со своим товаром идею. Потребитель голосует деньгами, есть ли у компании шанс на развитие. Поскольку конкуренция растёт, а потребитель становится все более капризным, компаниям приходится отстаивать свое положение на рынке. Мы живем в мире где именно компании подстраиваются под потребителя, и если обществу не нравится покупать бананы в пластиковых пакетах, то компаниям

приходится продавать их без упаковки, в противном случае покупатель просто уйдет к конкурентам, которые готовы играть по правилам потребителя.

Нижний Новгород как регион, очень активен в экологической повестке. Большое количество активистов и организаций предоставляют множество возможностей для того чтобы начать жить в гармонии с природой, в том числе делать это в сфере бизнеса.

В городе существуют доступные инициативы, например, компания «Исток» предоставляет бесплатные услуги по установке и вывозу вторсырья для организаций. На данный момент программа действует примерно в 40 компаниях города. Как говорилось ранее, поставив красивые контейнеры для раздельного сбора отходов, не стоит ожидать, что сотрудники с энтузиазмом побегут решать глобальные проблемы. Очень важна корпоративная экологическая ответственность.

Городской проект «Нижний Новгород – экологическая столица» помогают компаниям, проводя бесплатные лекции для сотрудников, на которых доступно объясняют роль каждого человека в раздельном сборе. Помимо этого, активисты устраивают акции по сбору старой электроники, организуют городские лекции и другие мероприятия, не связанные с бизнесом.

Экопроект «Экогерои в меге», от команд МЕГАНН и ИКЕЯРУС, играет значительную роль в экосообществе Нижнего Новгорода. На базе торгового центра МЕГА, инициативная команда организовывает мероприятия и раздельный сбор отходов. В торговом центре потребитель может сдать не только основные фракции, но и редкие и даже опасные отходы.

В МЕГЕ контейнеры для раздельного сбора стоят по всему торговому центру, также арендодатель обязует всех арендаторов сортировать отходы по основным фракциям (бумага, пластиковые и бытовые отходы), периодически

обучая сотрудников арендаторов делать это правильно. Компания на своем примере показывает, чтоосознанно вести свою деятельность, не сложно.

Еще один пример успешного зеленого бизнеса в Нижнем Новгороде – ZeroWasteресторан «redwall». Открытие состоялось 11 июля 2020 года на улице Кожевенная, 2 в трехэтажном историческом особняке 1917 года. Однако не только аутентичное место расположения и авторская кухня притягивает сюда гостей. Философия ресторана подразумевает максимальное сокращение отходов от его деятельности. Команда добивается своей цели выполняя следующие пункты:

Во-первых, организация учит осознанному потреблению и заботе об окружающей среде. Во-вторых, ресторан отказался от одноразовых пластиковых предметов, таких как трубочки, вместо них он предлагает посетителям трубочки из стеблей пшеницы. Вместо бумажных полотенец и салфеток используются тканевые. Также ресторан хранит продукты в многоразовых контейнерах, а вся посуда «на вынос» сделана из кукурузного крахмала или переработанного картона. Напитки отпускаются в стекле, осуществляется принцип оборотной тары, когда посетители могут вернуть стеклянную бутылку обратно в ресторан. В-третьих, продукты повара стараются использовать по максимуму, остатки овощей высушиваются, перемалываются в порошок, после чего используются как приправа и в оформлении блюд, другие отходы ресторан отдает в приют, и только та часть, которую никак нельзя больше использовать, отправляется в компостер.

На примере этих организаций видно, что спрос на идею заботы об окружающей среде в Нижнем Новгороде только растет, однако есть ещё ряд проблем, которые придётся решать, к сожалению, местным жителям.

Конечно, речь идет об отсутствии поддержки от местных органов власти, практически все инициативы в городе исходят от неравнодушных граждан. Для развития в первую очередь эффективного бизнеса необходимо иметь продуманную государственную программу, которая была бы

направлена не только на распространение идей о бережном отношении к природе, но и содержащую точные механизмы по устремлению бизнеса в зеленом направлении.

Очень важно, чтобы не только организации, которые позиционируют себя как зеленые, но и рядовые предприятия внедряли в свою деятельность экологические альтернативы. Дело в том, что любая массовая активность дает больший эффект. Однако, не стоит обесценивать вклад первых, ведь они выполняют не менее важную функцию, продвигая идею в массы, показывая пример другим организациям.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Официальный сайт независимой международной организации Greenpeace – URL:greenpeace.ru (дата обращения 19.11.2020).

2. Официальный сайт всемирного фонда дикой природы – URL:wwf.ru (дата обращения 19.11.2020).

3. Осипов И. Почему экологические вызовы всерьез конкурируют в глобальной повестке с политическими, финансовыми и социальными шоками и чем на это отвечает зеленая экономика [Электронный ресурс] // РБК 2019. №3-5. С. 27 сайт. –URL: https://kiozk.ru/article/rbk/zelenaa-ekonomika (дата обращения 22.11.2020).

4. Дементьева А.Г., Соколова М.И. Концепция устойчивого развития и социально-этический маркетинг // Journal of new economy. 2018. №5. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-ustoychivogo-razvitiya-i-sotsialno-eticheskiy-marketing (дата обращения: 28.11.2020).

ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ПРИМЕРЕ КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛОВ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19 В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ

Чурбанова В.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время, по всему миру сложилась неблагоприятная эпидемиологическая ситуация в связи с распространением коронавирусной инфекции COVID-19. Данная проблема затронула многие сферы жизни людей, не обошла стороной и сферу туристских и гостиничных услуг.

27 марта 2020 года премьер-министр Михаил Мишустин в целях борьбы с распространением COVID-19 распорядился временно приостановить размещение и приём граждан, бронирование мест в домах отдыха, санаториях, санаторно-оздоровительных учреждениях, детских лагерях и гостиницах, расположенных в курортных зонах федерального, регионального и местного значения в период с 28 марта 2020 года по 1 июня 2020 года [1].

За последние несколько месяцев на территории Нижнего Новгорода более 25 отелей приняли решение о размещении медицинских работников, которые ежедневно спасают тысячи жизней в борьбе с пандемией коронавирусной инфекции. Данная программа была предложена самими врачами, идея самоизоляции явилась решением вопроса о безопасности родных и близких самих врачей. Губернатор Нижегородской области Глеб Никитин лично проверил каждый объект и его готовность.

«Для нас крайне важна поддержка региональной гостиничной отрасли. Безусловно, одной из приоритетных задач является сохранение имеющейся инфраструктуры, поэтому очень важно, что сейчас все отели смогут

получить финансовую помощь без создания на их базе обсерваторов», - прокомментировал новость губернатор Глеб Никитин.

Главным принципом, которым стоит руководствоваться для внедрения и поддержания мер безопасности, по мнению Глеба Никитина, является взаимосвязанность. Образуется взаимовыгодная ситуация: с одной стороны, помощь врачам, с другой стороны, поддержание гостиничного бизнеса на территории Нижнего Новгорода [2].

26 мая 2020 года Роспотребнадзор разработал предписания "Рекомендации по профилактике новой коронавирусной инфекции (COVID-19) в учреждениях, осуществляющих деятельность по предоставлению мест для временного проживания (гостиницы и иные средства размещения)" (утв. Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека 26 мая 2020 г.) предписания для отельеров. Соответствующие рекомендации утвердила глава Роспотребнадзора и главный государственный санитарный врач России Анна Попова [3].

Теперь всем гостиницам, хостелам, базам отдыха, гостиным домам следует придерживаться нижеизложенных предписаний для профилактики болезни.

1. Заселение гостей в номера по одному, либо семьями.

2. При заселении необходимо измерять температуру клиентов и несколько раз в день повторять данную процедуру.

3. В случае температуры у гостя и признаков ОРВИ, необходимо изолировать человека и сообщить в об этом в медицинское учреждение.

4. У персонала следует измерять температуру не реже 2-х раз в сутки, а в случае выявления признаков ОРВИ не допускать к работе.

5. Работать персонал гостиничного предприятия обязан в масках и перчатках, которые следует менять каждые три часа.

6. Для защиты от контактов с постояльцами рекомендуется устанавливать «прозрачные заградительные конструкции».

7. Предписано также обеспечивать на стойках регистрации социальную дистанцию (1,5–2 м.) путем нанесения специальной разметки.

8. Рекомендуется внедрять мобильные приложения для общения между персоналом отеля и гостями, например, при заселении, выезде, отдаётся предпочтение безналичной оплате, бесконтактный способ открытия дверей в номерах.

9. Все дверные ручки следует часто и тщательно дезинфицировать.

10. Отделка номеров должна позволять проведение влажной уборки и дезинфекции, использование декоративных покрывал и подушек предписано минимизировать.

11. Желательно, чтобы в каждом номере был собственный санузел.

12. Установка дозаторов с антисептиками для общего пользования постояльцев гостиницы.

13. Все «контактные поверхности» следует дезинфицировать после каждого постояльца, остальное оборудование гостиницы также следует обеззараживать.

14. Обеспечение социального дистанцирования 1,5-2 метра для постояльцев.

15. Необходимость проветривания номеров не реже 1 раза в два часа [4].

На сегодняшний день чистота в отеле стала главным критерием при его выборе. В связи со сложившейся эпидемиологической ситуацией в мире в гостиницах вводятся всё новые и новые санитарно-гигиенические меры для безопасности и комфорта постояльцев.

Разрабатываются новые тарифы бронирования с гибкими условиями. Большое количество гостиниц по всему миру теперь разрешают бесплатно отменить или изменить бронь не позднее, чем за сутки до даты заселения. Эта система доступна как для существующих бронирований, так и для будущих. Некоторые сети отелей, как InterContinental, например, предлагают

варианты «Бронируйте сейчас — платите позже» (“BookNow, PayLater”), вообще без депозита.

В течение 2020 года большое количество отелей значительно расширили спектр своих цифровых услуг, чтобы избежать лишних контактов между постояльцами. Актуальны стали такие услуги гостиниц как: заезд и выезд гостей без документов, а также бесконтактный чекин/чекаут. Некоторые - например, HiltonGroup - предлагают бесконтактный заезд и выезд с помощью цифрового ключа. Другие - и Hyatt с Marriott среди них - делают из своих мобильных приложений виртуальныйресепшен. Через приложение можно заселиться в номер или заказать рум-сервис.

Соблюдение социального дистанцированиявключает в себя безопасное зонирование, разделители в зоне ресепшен,санитайзеры для обработки рук общего пользования, заблаговременное бронирование, чтобы избежать большого скопления людей в холле отеля, ездить в лифте придется по новым правилам, а на сотрудниках гостиницы должны быть маски. В отелях сети Shangri-La и некоторых других гостиницах дезинфицирующие коврики и защитные маски доступны и для постояльцев.

Чистота и гигиена в отелях теперь находится под постоянным контролем, составляются графики уборок, сотрудничество с клининговыми фирмами и медицинскими центрами. Например, Hilton объединяет усилия с компанией RB, которая производит дезинфицирующие продукты Lysol и Dettol, и с частным исследовательским медцентромMayoClinic. А эксперты из медицинской программы JohnsHopkinsMedicineInternational консультируют FourSeasons по вопросам здоровья и безопасности. Внедряются новые технологии и способы уборки в гостиничных номерах, например, плазменные ионизаторы для очистки воздуха, частые и длительные проветривания помещений.

Сегодня в отелях помимо стандартного набора туалетных принадлежностей гостям предоставляются антисептические средства, защитные маски, перчатки, например в сети отелей FourSeasons. В других

гостиницах избавляются от вещей, до которых постояльцы часто дотрагиваются и которые трудно очистить (например, гигиенические прокладки, декоративные подушки, гостевые папки и даже мини-бары), а еще от некоторых предметов мебели [5].

Новые решения и инициативы в гостиничном бизнесе в связи с пандемией COVID-19 используются уже повсеместно. Изменяется стандарт уборки номеров, всех общественных зон и служебных помещений с применением антибактериальных и дезинфицирующих средств, обработка сданных гостями ключей, установка автоматических антисептиков для рук. Во многих гостиницах отменены услуги шведского стола и буфетов.

Отельеры стараются сохранить свой персонал, разрабатываются программы по дистанционной работе, многие бизнес-процессы переводят в online, вместо командировок – видеоконференции. Некоторые сети отелей ввели такую должность, на которой сотрудник будет следить за строгим выполнением гостями всех правил и рекомендаций, которые разрабатываются отраслевыми специалистами и ВОЗ [6].

В настоящее время остро стоит вопрос в работе конференц-залов при отелях Нижнего Новгорода. При наличии конгресс-центра в отеле открываются новые возможности и пути привлечения прибыли. Из-за пандемии коронавирусной инфекции многие площадки перестали работать, тем самым гостиничные предприятия несут огромные убытки. На сегодняшний день в Нижнем Новгороде предоставляют услуги конференц залов не все отели, как до пандемии. Те, что продолжают работать вынуждены соблюдать большое количество ограничений (правила Роспотребнадзора), а также дополнительные требования присущие только для проведения массовых мероприятий. Организовываются безопасные пространства, количество участников конференций сокращается, соблюдается социальная дистанция, обязательна точечная рассадка (минимум через одного человека), устанавливаются станции санитайзеров и ультрафиолетовые бактерицидные обеззараживатели воздуха. Все

контактные поверхности обрабатываются с помощью дезинфицирующих чистящих средств.

Таблица 1

Сравнительные характеристики конференц-залов при гостиничных предприятиях в Нижнем Новгороде

Площадка	Зал	Вместимость (человек)	Пакет день / Цена час	Оборудование
Маринс Парк Отель Нижний Новгород	Конференц-зал "Ялта"	более 350	4 часа - 22 500 руб. 9 часов - 45 000 руб.	+
	Конференц-зал "Нижний Новгород"	более 130	4 часа - 12 500 руб. 9 часов - 25 000 руб.	+
	Конференц-зал "Ростов"	более 110	4 часа - 15 000 руб. 9 часов - 30 000 руб.	+
	Конференц-зал "Сочи"	более 60	1 час - 2 500 руб. 4 часа - 9 000 руб. 9 часов - 18 000 руб.	+
	Конференц-зал "Екатеринбург"	более 45	1 час - 1 600 руб. 4 часа - 6 000 руб. 9 часов - 12 000 руб.	+
	Конференц-зал "Челябинск"	более 55	1 час - 1 600 руб. 4 часа - 6 000 руб. 9 часов - 12 000 руб.	+
	Конференц-зал "Новосибирск"	более 28	1 час - 1 500 руб. 4 часа - 5 000 руб. 9 часов - 10 000 руб.	+
	Конференц-зал "Москва"	более 24	1 час - 1 500 руб. 4 часа - 5 000 руб. 9 часов - 10 000 руб.	+
Кулибин бизнес-центр	Конференц-зал «Кулибин»	120	1 час - 2500 руб. (минимальное время аренды 2 часа)	-
	Конференц-зал	60	1 час - 2300 руб.	-

	«Горький»		(минимальное время аренды 2 часа)	
	Комната переговоров «Белинский»	25	1 час - 1500 руб. (минимальное время аренды 2 часа)	-
	Комната переговоров «Чкалов»	30	1 час - 1500 руб. (минимальное время аренды 2 часа)	-
	Комната переговоров «Минин»	20	1 час - 1500 руб. (минимальное время аренды 2 часа)	+
	«Конференц-зал Шаляпин»	60	1 час - 2300 руб. (минимальное время аренды 2 часа)	+
SheratonКремль	Конференц-зал Пожарский	200	4 часа - 40 000 руб. 8 часов - 70 000 руб.	+
	Конференц-зал "Кремль"	200	4 часа - 40 000 руб. 8 часов - 70 000 руб.	+
	Конференц-зал "Кремль № 1"	50	4 часа - 15 000 руб. 8 часов - 27 000 руб.	+
	Конференц-зал "Кремль № 2"	100	4 часа - 17 000 руб. 8 часов - 31 000 руб.	+
	Конференц-зал "Минин"	70	1 час - 4 000 руб. 4 часа - 18 000 руб. 8 часов - 29 000 руб.	+
	Конференц-зал "Минин № 1"	20	1 час - 2 500 руб. 4 часа - от 9 000 руб. 8 часов - 14 000 руб.	+
	Конференц-зал "Минин № 2"	20	1 час - 2 500 руб. 4 часа - 9 000 руб. 8 часов - 14 000 руб.	+
	Конференц-зал "Горький"	50	1 час - 4 000 руб. 4 часа - 10 000 руб.	+

			8 часов - 18 000 руб.	
AZIMUT Отель Нижний Новгород	Конференц-зал "Азимут"	150	4 часа - 7 200 руб. день - 13 600 руб.	+
	Конференц-зал "Москва"	50	4 часа – 6000 руб. день - 10 400 руб.	+
Гостиница "Волна"	Зал “Атаман”	60	1 час - 2000 рублей день- 12000 рублей	+
	Зал “Бурлак”	120	1 час - 2500 рублей день - 20000 рублей	+
	Зал “Катюша”	10	1 час - 1000 рублей день - 6000 рублей	+
	Зал “Next”	25	1500 руб. в час. 4 часа - 4000 руб. 9 часов - 8000 руб.	+
	Зал “Победа”	80	2250 руб. в час. 4 часа - 9000 руб. 9 часов - 18000 руб.	+

Таким образом, на основании данных построенной таблицы можно сделать следующие выводы: на сегодняшний день продолжают проводиться конференции, но только при строгом соблюдении всех правил безопасности здоровья гостей отеля в период пандемии. Основными потребителями конференц-услуг на данный момент являются медицинские учреждения и организации, которые проводят свои конференции с небольшим количеством участников, при строгом соблюдении всех мер безопасности.

Спрогнозировать сроки полного восстановления индустрии гостеприимства и конгресс деятельности практически невозможно из-за непредсказуемого характера пандемии. С учетом новых реалий гостиничный бизнес не просто делает все возможное, чтобы удержаться на плаву, но и служит ярким примером взаимовыручки, помогая медикам в борьбе с COVID-19.

Нельзя не отметить, что в близких к катастрофическим условиях для гостиничной индустрии инвесторы, собственники отелей, гостиничные операторы и банки сплотились в команду, чтобы выработать максимально эффективные управленческие и антикризисные решения. Именно такой дружный профессиональный подход вселяет надежду, что гостиничная отрасль сможет выбраться из столь сложного кризиса с новыми ориентирами и поднимется на качественно новый уровень заботы о своих клиентах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Поручения и их выполнение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://government.ru/orders/selection/401/39288/ (дата обращения: 15.11.2020).
2. Власти региона окажут всем гостиницам поддержку в период пандемии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://nn.rbc.ru/nn/freenews/5eaaaf6c9a7947c94139f04a(дата обращения: 20.11.2020).
3. Методические рекомендации МР 3.1/2.1.087-20 [Электронный ресурс]. – Режим доступа:https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74101709/(дата обращения: 22.11.2020).
4. Утверждены рекомендации для работы отелей во время пандемии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.tourismsafety.ru/news_one_4000.html (дата обращения: 21.11.2020).
5. Новый гостиничный мир: как будет выглядеть проживание в отеле после коронавируса [Электронный ресурс]. – Режим доступа:https://www.skyscanner.ru/news/oteli-i-gostinitsy-posle-coronavirusa (дата обращения: 25.11.2020).
6. Гостиничная индустрия в эпоху COVID-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа:https://hotel.report/management/gostinichnaya-industriya-v-epohu-covid-19(дата обращения: 28.11.2020).

СПОСОБЫ УВЕЛИЧЕНИЯ ЗАГРУЗКИ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Юрасова А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Быстрое распространение коронавирусной инфекции не обошло стороной ни одну отрасль. Однако наиболее серьезный удар пришелся на индустрию туризма и гостеприимства. Актуальность данной проблемы обусловлена тем, что в условиях пандемии коронавируса COVID-19 гостиничные предприятия оказались в тяжелых экономических условиях, в связи с введением ряда ограничений, закрытием границ, отменой мероприятий, низкой активностью бронирования номеров, что в конечном итоге привело к снижению загрузки номерного фонда и спроса на гостиничные услуги в целом. В данный момент времени нельзя сказать, когда пандемия коронавируса закончится, как при этом изменится рынок, а также как изменятся требования и предпочтения гостей. Сейчас гостиничная индустрия находится в нестабильном состоянии и нуждается не только в поддержке со стороны государства, но и в эффективных внутренних мерах. Поэтому гостиничным предприятиям сейчас как никогда необходимо искать выходы для продолжения своей деятельности в новых условиях[1].

После того как Россия закрыла свои границы, отельерам оставалось надеяться на внутренний туризм, а вслед за введением режима самоизоляции пришлось затаиться и ждать. Всю весну 2020 номера гостиниц пустовали, а отельеры подсчитывали убытки. Одни отели и гостиницы не выдержали таких условий и закрылись, другие – пытались любыми способами функционировать дальше. Несмотря на убытки, исчисляемые миллионами, все отели обязаны были адаптировать свой бизнес к новым реалиям, ставя в приоритет безопасность своих гостей [2]. После снятия режима самоизоляции, ситуация немного улучшилась, но поскольку ряд

обязательных ограничений остается и по сей день, восстановить прежний уровень доходов гостиницам не удалось. Более того, многие гостиничные предприятия до сих пор продолжают работать в минус.

Стоит отметить, что потери среди представителей гостиничной индустрии неодинаковы. Согласно исследованию консалтинговой компании HVS,к числу наиболее пострадавших относятся отели, предоставляющие полный комплекс услуг, отели, расположенные в больших городах с большим потоком международных посетителей, отели, которые зависят от наличия чартерных рейсов, отели, операторы которых арендуют здания у собственников и платят фиксированную аренду. При этом относительно спокойно себя чувствовали загородные отели или курорты с возможностью проживания от пяти дней, до которых легко добраться на машине [3].

После недолгого затишья, пришла вторая волна пандемии коронавируса, что вновь ударило по многим гостиничным предприятиям. На сегодняшний день, в среднем количество бронирований по России снизилось на 8 %, но в разрезе по регионам ситуация сильно различается. В антилидерах по динамике оказались Липецкая область, Красноярский край и Республика Саха: там зафиксирован спад в 59 %, что можно объяснить снижением деловой активности. К этой же группе можно отнести крупные центры экскурсионного туризма, например, Москву (-49 %) и Санкт-Петербург (-22 %). Очевидно, что они пострадали из-за закрытия музеев и ограничений по проведению групповых экскурсий. Однако есть и направления, где, наоборот, наблюдается мощный приток бронирований. Это, например, Крым (+88 %) и Краснодарский край (+75 %). Причина в том, что осенью в приморские регионы устремились зимовщики, которые желают провести зимние месяцы в курортной атмосфере. В ноябре заметно вырос и спрос на размещение в санаторно-курортных центрах: например, в Алтайском (42 %) и Ставропольском (115 %) краях, в Калининградской области (+58 %). В санаториях сейчас восстанавливается немало граждан, уже переболевших COVID-19. Эти данные подтверждает и выборка по типам

размещения: санатории и резорт-отели по состоянию на ноябрь 2020 года получили на 139 % больше бронирований, чем год назад. А вот у городских гостиниц наблюдается спад в 20 %[4].

Важно помнить о том, что сейчас в приоритете – это безопасность гостя. Поэтому выстраивать общение с гостями необходимо четко соблюдая все коронавирусные требования. Персонал отеля обязан следить за соблюдением дистанции, носить маски и перчатки. И не забывать инструктировать гостя об этих правилах, введенных в связи с пандемией, но делать это с позиции максимальной заботы. Иными словами, гость должен чувствовать, что о нем заботятся, а не ограничивают. К сожалению, из-за маски гость не может наблюдать приветливую улыбку персонала, но показать, что гостю рады, можно и по-другому. Достаточно улыбнуться гостю глазами, кивнуть, и он почувствует доброжелательное отношение персонала к нему даже сквозь маску.

В числе новых инициатив в гостиничном бизнесе – изменение стандартов уборки номеров, всех общественных зон и служебных помещений с применением антибактериальных и дезинфицирующих средств, обработка сданных гостями ключей, установка автоматических антисептиков для рук. Чтобы гости точно были уверены в своей безопасности, появилась тенденция цифровизации гостиничных услуг. Некоторые отели устанавливают киоски бесконтактной регистрации, а также разрабатывают приложения для виртуального общения с постояльцами [5].

Так как же гостиницам, подвергшимся наиболее сильному удару коронавируса, существовать в таких нестабильных условиях и повысить загрузку? Чтобы сохранить бизнес, владельцы многих отелей перепрофилировали свои объекты размещения под обсерваторы для приезжих туристов. Первым таким отелем-обсерватором стал отель на Уралмаше, куда заселили прибывших из-за границы свердловчан, ранее на обсервацию там размещали врачей больниц. Были обустроены раздельные входы в отель для сотрудников разных подразделений, каждые два часа

обрабатывались все общественные зоны, особенно дверные ручки, перила и кнопки лифтов, были установлены санитайзеры и бактерицидные рециркуляторы воздуха [6]. Некоторые отели поступили аналогичным образом. Например, Гранд-отель «Ока» в Нижнем Новгороде оборудовал под обсерватородин из двух своих корпусов. А именно, под обсерватор был перепрофилирован корпус 3 звезды, а корпус 4 звезды продолжил функционировать без изменений. В корпусе обсерватора также был выделен отдельный вход, чтобы гости корпуса 3 и 4 звезды не пересекались.

Разработка отелями новых каналов продаж. Гостиницы начали расширять количество площадок, систем и каталогов, в которых они размещены, ведь чем больше упоминаний в интернете о компании, тем больше вероятность, что гость забронирует номер именно в данной гостинице.

Увеличение числа исходящих звонков. Речь идет о том, что в отеле собираются все базы, и далее совершаются звонки потенциальным партнерам, предприятиям и компаниям, даже при условии, что отказов может быть много, а конверсия будет низкая. Во-первых, потенциальные постояльцы будут знать, что гостиница работает, а во-вторых, это вклад в будущее. Стоит подумать, какие предприятия продолжают работу и им еще актуально размещение в гостиницах. Из внимания не стоит упускать даже больницы и частные клиники – бывает, люди привозят на лечение своих родственников, и им необходимы варианты для размещения. И гостиница является хорошим вариантом для этого [7].

Запуск новых тарифов. На данный момент запуск новых тарифов является чуть ли не самой распространенной практикой среди отелей. Гостиницы предлагают более гибкую систему скидок для гостей, которые бронируются в «последний момент», или же наоборот –тариф «раннее бронирование» для тех, кто уже сейчас планирует поездку. Также вводится политика тарифов для текущей ситуации – тариф без питания, тариф корпоративный с трансфером (такси до места работы и обратно).

Весьма эффективным является тариф «Длительное пребывание». То есть чем дольше гость проживает в отеле, тем больше он экономит. Многие отели доработали эти тарифы, сделав их еще более выгодными. Например, в отелях сети Accor гость получает скидку 30% на проживание сроком от 3-х ночей [8].

Также существует немного иная концепция длительного проживания в гостиницах. В таком случае гостиничные номера сдаются, как однокомнатные квартиры, разумеется, еще в более длительный наём.

Сейчас весьма актуален тариф «Самоизоляция». К нему обращаются все больше отелей не только в Москве, но и в регионах. Хоть данный тариф не влияет на экономические показатели глобально, он помогает гостинице «держаться на плаву». Таким тарифом пользуются граждане, которые продолжают работать и находятся в зоне риска заражения коронавирусом, но не хотят подвергать своих близких опасности.

Помимо этого, сейчас во многих отелях действуют специальные предложения для тех, кто работает удаленно, но по каким-то причинам им неудобно работать из дома и нужна комфортная рабочая обстановка. Например, в Нижнем Новгороде Гранд-отель «Ока» разработал специальный тариф «Удаленная работа». Данный тариф включает в себя на выбор 9-ти или же 12-часовой рабочий день.В стоимость проживания входит:проживание в комфортабельном номере, бесплатный Wi-Fi, пользование парковкой, посещение фитнес-клуба с бассейном, депозит в размере 2000 руб. на ужин по основному меню ресторана «Ока». И все это по цене от 1400 рублей (табл. 1) [9].

Таблица 1

Условия тарифа «Удаленная работа»

Категория номера	Корпус	**Цена услуг**	
		Пребывание 9 часов	**Пребывание 12 часов**
Номер «Классический» (первой категории)	Премиум 4*	1 400,00	1 900,00
Номер «Классический» (первой категории) с обедом	Премиум 4*	1600,00 (1 гость) 1900,00 (2 гостя)	2100,00 (1 гость) 2400,00 (2 гостя)

На сегодняшний день подобные тарифы вводят все больше и больше гостиничных предприятий, например в тех же отелях AccorGroup, где номер можно забронировать с 09:00 до 18:00, а на заказ еды и напитков дается скидка 15%.

Уточнение всех случаев отмены бронирования. Если потенциальный гость отменяет бронь, важно постараться максимально оперативно связаться с ним и уточнить причину. По данным статистики, таким образом можно вернуть до 20% гостей, поскольку зачастую люди отказываются от брони из-за банальной невнимательности. Например, человек просмотрел фото и не заметил, есть ли в номере душ – таких примеров множество. Также стоит связываться с теми, кто внес предоплату за свое проживание, но ввиду каких-то событий был вынужден отменить поездку. Отель может предложить вместо возврата сохранить полученную предоплату в качестве депозита на любые даты. Тем самым гостинице удастся повысить лояльность со стороны потенциальных гостей и сохранить полученные денежные средства в оборот компании.

Увеличение среднего чека за счет дополнительных услуг. Можно увеличить доход гостиницы за счет уже проживающих в ней гостей. А именно, активно предлагать гостям различные варианты, от зубных наборов до услуг такси или доставки. Стоит также продумать вопрос связи с гостями

через специальные приложения или мессенджеры, а также идею с размещением рекламы и промоматериалов в номерах.

Работа с овербукингами. Речь идет и про овербукинги между объектами, и проовербукинги (перебронирование) между категориями номеров. Не стоит закрывать продажи на категорию «Стандарт», даже если она распродана. Можно просто переселить гостя в номер более высокой категории без доплаты. Это позволит обеспечить более качественную и плотную загрузку. Также можно связаться с близлежащими отелями и апартаментами, чтобы договориться о передаче гостей за комиссию в случае овербукинга. Такие жесты, как бесплатное повышение номера или индивидуальное меню с учетом вкусовых предпочтений, гости оценят и запомнят надолго. Если отель все равно полупустой, то почему бы не порадовать тех, кто приехал в него, несмотря на обстановку в мире?

Опять же, это некий вклад в будущее. Чтобы повысить доход, выходом может являться также организация в гостинице площадок под фотосессии.

Таким образом, гостиничный бизнес сейчас переживает нелегкие времена. И когда отели смогут вернуться в привычный ритмработы и получать стабильный доход– пока сказать сложно. Организации не знают, как они будут работать, и будут ли работать вообще, а туристы не могут спланировать свой будущий отпуск в условиях, которые сегодня так сложно спрогнозировать. Правительство старается поддерживать малый и средний бизнес такими мерами, как продление сроков представления налоговой отчетности, субсидии предпринимателям и отсрочка по аренде. А гостиничные предприятия в свою очередь пытаются искать эффективные пути для поддержания своей деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Хамитова С. Р. Влияние и преодоление кризиса индустрии гостеприимства России в период пандемии коронавируса // Экономика и предпринимательство. 2020. №. 5. С. 562-564.

2. PRO качество. URL: https://kachestvo.pro/(дата обращения: 23.11.2020).

3. Hotelreport. URL: https://hotel.report/ (дата обращения: 23.11.2020).

4. TourDom.ru. URL: https://www.tourdom.ru/ (дата обращения: 24.11.2020).

5. Tohology / Туризм и гостеприимство.URL: https://www.tohology.com/ (дата обращения: 23.11.2020).

6. Российская газета. URL:https://rg.ru/ (дата обращения: 24.11.2020).

7. Frontdesk / Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса. URL: https://www.frontdesk.ru/ (дата обращения: 24.11.2020).

8. Веб-сайтAccorGroup. URL: https://all.accor.com/ru/brands/index.shtml (дата обращения: 25.11.2020).

9. Веб-сайт Гранд Отеля Ока. URL: https://www.hoteloka.ru/business /(дата обращения: 25.11.2020).

Секция 8. РАЗВИТИЕ СФЕРЫ УСЛУГ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ: СТРАТЕГИИ, ИННОВАЦИИ, КОМПТЕНЦИИ ПОДСЕКЦИЯ «ТОРГОВОЕ ДЕЛО»

ИНСТРУМЕНТЫ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

Бундакова Н.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Цифровой маркетинг проникает во все сферы бизнеса и во все бизнес-процессы. С его помощью можно добиться практически любых целей от развития бренда до формирования клиентской базы [1, стр. 42]. Цифровым маркетингом в том или ином виде занимается любой бизнес, так как он сочетает в себе инструменты как точечного воздействия на конкретную группу потенциальных потребителей, так и массового на аудиторию, идентифицированную по широкому признаку.

Индустрия красоты - особая сфера, в которой конкуренция усиливается иностранными производителями и крупными торговыми сетями. Эти участники рынка накопили уже значительный опыт использования цифровых инструментов в своей деятельности.

Исследования, проведенные в косметической промышленности, показывают, что рынок косметики процветал даже во время Великой рецессии 2008 года. Хотя потребители, как правило, более экономно относятся к ценам во время экономического спада, всё равно не прекращают тратить средства на косметические средства. Поэтому в современных условиях роста доходов на душу населения в косметическом бизнесе есть огромные возможности для роста.

Целью исследования является изучение использования инструментов цифрового маркетинга в развитии торговых сетей в индустрии красоты.

Задачами исследования являются:

1) выявление цифровых технологий в деятельности торговых сетей для продвижения товаров и услуг;

2) обобщение цифровых технологий при обслуживании покупателей и в клиентском сервисе.

Информационно-аналитической и эмпирической базой исследования послужили сайты торговых сетей:

1) https://www.loreal-paris.ru
2) https://www.esteelauder.ru
3) https://www.unilever.ru
4) https://www.procterandgamble.ru
5) журнал «Chain Store Age» (Великобритания), который ежегодно публикует список наилучших методов работы самых результативных розничных торговцев.

Цифровой маркетинг имеет ряд преимуществ:

- Он обеспечивает компаниям лучшую цену за лидерство (CPL - это показатель, который измеряет, насколько экономически эффективна данная).
- Цифровой маркетинг ближе всего к бесплатному.
- Позволяет легко начать с малого и расти большими темпами.
- Его легко отследить.

В теории и практике использования цифрового маркетинга выделяют различные виды инструментов. [2, стр.4]

Контекстная реклама – это цифровая реклама, которая работает в зависимости от поисковых запросов пользователей или от темы страницы, на которой показана реклама, положительной ее стороной является то, что такая реклама привлекает на страницу целевых пользователей, которые заинтересованы в рекламируемом товаре либо услуге. Она позволяет

поэтапно соотносить затраты с получаемыми результатами, когда клиент оплачивает только за тех посетителей, которые перешли к продавцу на сайт [4, 67 стр.].

Медийная (или банерная) реклама – это рекламная продукция, которую можно видеть на сайтах в форме графических баннеров, она направлена в основном на продвижение или формирование устойчивости брендов и недоступна для малых фирм из-за своей высокой цены.

Маркетинг, размещенный на страницах социальных сетей (SMM) – это метод привлечения покупателей к бренду благодаря социальным платформам (блоги, сообщества, личный брендинг, репутационный менеджмент, а также СМС-продвижение), главной целью которого является внимание контента, который пользователи данных сетей потом распространят не зависимо от участия продавца и организатора [5, 35 стр.].

Вирусный маркетинг – это самый быстродействующий канал, обеспечивающий создание, а также размещение медиа вируса - привлекающего видеоролика, flash-приложений.

Партнёрский цифровой маркетинг- метод продвижения продаж в сети, где партнёры получают вознаграждение за счет продаж, осуществленных благодаря их усилиям.

Комплексный цифровой маркетинг – это услуга, оказываемая фирмой «Заказ сайтов», позволяющая включить все возможности интернет-маркетинга, а также применять их системно и соответственно, ко всей стратегии развития бизнеса на Интернет-ресурсах [7, 85 стр.].

Интернет-PR – это освещение событий, а также деятельности компании на порталах авторитетных СМИ, что показывает открытость и прозрачность, повышая лояльность клиентов и увеличивая имидж и узнаваемость фирмы.

Рассылки - вид интернет-маркетинга, где включены списки рассылки с помощью электронной почты, СМС, сообщений в социальную сеть, дискуссионные листы и личные почтовые сообщения, при грамотном

использовании которых будет доступно динамическое продвижение компании.

В таблице 1 представлены инструменты цифрового маркетинга, применяющиеся в онлайн и офлайн пространстве.

Таблица 1

Инструменты цифрового маркетинга

Онлайн пространство		**Офлайн пространство**	
SEO оптимизация	Оптимизация сайта под запросы пользователей, что позволяет получить больше посетителей	QR-коды на различных источниках	Размещение QR-коды в различных источниках с бонусами и подарками
Контекстная реклама	Непосредственно связана с оптимизацией. Представляет собой рекламные объявления (ссылки), которые появляются на ресурсах с тематикой, соответствующей объявлению		
Баннерная реклама	Представляет собой рекламное изображение, которое располагается на какой-либо части страницы выбранного интернет-ресурса	Телевизионная реклама	Дорогостоящий, но эффективный канал продвижения. Позволяет охватить максимальное количество аудитории

Таргетинг	Персонализированное рекламное объявление в социальной сети, ведущее на сайт (страницу)	Радио реклама	Также не является бюджетным каналом продвижения, но позволяет оповестить большое количество людей
Вирусная реклама	Реклама, которую распространяют в интернете сами пользователи	СМС-сообщения	Короткие смс-сообщения с информацией об акциях и новинках
Email-рассылка	Персонализированные электронные письма рекламного содержания		
Push и Pop up окна	Всплывающие на выбранном ресурсе рекламные окна		
Нативная реклама	Естественная реклама на выбранных ресурсах, например, статья на какую-либо тематику с упоминанием продукта организации		
Реклама в мобильных приложениях	Разнообразная реклама, встроенная в мобильные приложения		

Изучим инструменты цифрового маркетинга в деятельности ведущих производителей в индустрии красоты.

1. L'Oreal

Будучи одной из крупнейших косметических компаний и ведущих косметических брендов в мире, L'Oreal начала свое путешествие косметической отрасли более века назад в 1909 году. Сегодня L'Oreal

генерирует более 30 миллиардов долларов США в качестве ежегодных продаж косметических товаров. Ассортимент продукции включает цветную косметику, средства по уходу за волосами, средства по уходу за солнцем парфюмерию.

L'Oréal - Работая в рамках марки или в региональном подразделении, отделы данной компании по интернет-маркетингу и коммуникациях разрабатывают всеобъемлющую стратегию для марок и товаров, за которые они отвечают, с учетом позиционирования и целей конкретной марки.

Сотрудники отдела обеспечивают эффективность кампаний. Они разрабатывают сайты для покупателей и наполняют их осмысленным и актуальным контентом, который способствует становлению имиджа марки. Наконец, они используют весь спектр существующих инструментов для увеличения числа просмотров и пополнения базы данных покупателей.

Цифровая революция меняет основы индустрии красоты. Компания L’Oréal постоянно накапливает опыт в сфере цифровых технологий. Группа старается лучше подготовиться к глобальным переменам, которые уже ощущаются. Меняется поведение покупателей и географические предпочтения, что приводит к бурному росту объема информации и числа каналов распространения информации, включая социальные сети.

2. Unilever

Unilever входит в число крупнейших компаний по производству товаров народного потребления в мире. Компания также сумела завоевать свое место в косметической отрасли благодаря таким популярным косметическим брендам, как Ax / Lynx, Dove, Lifebuoy, Pond's, Close-Up, TRESemmé, Suave, Sunsilk и Vaseline. В 2017 году Unilever объявила о создании новой компании Unilever Cosmetics International для расширения своего глобального портфеля престижных брендов красоты и парфюмерии.

Unilever и IBM одними из первых применили блокчейн в рекламе. Unilever продолжит сотрудничать с IBM в разработке новых блокчейн решений для достижения большей информационной прозрачности, сообщает

MediaPost. Компания рассчитывает, что такие шаги позволят завоевать и вернуть доверие рекламных партнеров. Блокчейн позволит отчитываться компании о размещении своего контента на «ответственных» платформах, которые следят за своим контентом.

3. Estee Lauder

Estee Lauder - один из ведущих мировых производителей и продавцов качественных средств по уходу за кожей, макияжу, ароматам и уходу за волосами. Компания предлагает престижный макияж, уход за кожей, парфюм и уход за волосами с разнообразным портфелем из 25+ брендов, продаваемых в 150 странах.

С момента своего основания в 1940-х годах компания занималась тем, что оставила неизгладимый след во всех аспектах индустрии красоты.

Estee Lauder - имеют крепкие отношения со своими покупателями и рассказывают подлинную информацию о своем товаре, что делает их отличными создателями контента. Бренды в компаниях Estee Lauder имеют команды, посвященные взаимодействию с влиятельными лицами, которые делают все, начиная с выявления влиятельных лиц, которые соответствуют ценностям брендов, и заканчивая партнерскими отношениями с ними, чтобы рассказывать подлинные истории.

Estee Lauder's разработала специальную программу - чатбот, которая позволяет своим пользователям подобрать оптимальный тон помады Estee Lauder Pure Color Программа создана в партнёрстве с компанией ModiFace из Торонто, и она предлагает пользователям несколько функций. Первая - это возможность поиска и применения оттенков губной помады, соответствующих тону кожи человека. Кроме того, есть функция тестирования с рекомендациями по выбору правильного оттенка исходя из 26 излюбленных цветов и предпочтений имиджа пользователя, и можно искать помаду на основе цвета предметов гардероба или аксессуаров.

4. The Procter & Gamble Company

Расположенная в Цинциннати, штат Огайо, США, компания P & G занимает значительную позицию в бизнесе по уходу за кожей и волосами с несколькими известными брендами, включая Aussie, Gillette, Head & Shoulders, Olay, Old Spice, Pantene, Safeguard, Secret, Crest, Oral-B, Scope и многое другое.

Компания предлагает широкий ассортимент косметики и товаров личной гигиены для всех мужчин, женщин, а также младенцев и детей. Procter & Gamble инвестирует значительную часть своего бюджета на рекламу в цифровой, социальный и мобильный маркетинг. Таким образом компания пытается повысить эффективность маркетинга благодаря более понятным для пользователей обращениям и более точному таргетингу.

P&G представила 6 новых IoT-устройств, разработанных для улучшения повседневной жизни. Среди разработок были представлены:

Умный магазин SK-II Future X. На деле, это как косметический салон внутри магазина. Объединяя цифровой опыт с физическим, дисплей предлагает определить состояние кожи с помощью технологии распознавания лица и собственных исследований SK-II в области косметической дерматологии и диагностики кожи.

Специальное приложение Olay’s Skin Advisor с помощью искусственного интеллекта предоставляет пользователям рекомендации по уходу за кожей посредством анализа селфи и заполненной краткой анкеты.

Зубная щетка Oral-B Genius X использует искусственный интеллект для распознавания того, как пользователи чистят зубы. Потребитель получает индивидуальные рекомендации, помогающие усовершенствовать процесс чистки и тем самым улучшить состояние здоровья полости рта.

Подводя итоги вышесказанному, можно сказать, что цифровые технологии способны стать приоритетным направлением, способным наладить диалог с потребителем и увеличить эффективность кампании. К тому же digital-технологии позволяют охватить достаточно широкую и, что особенно важно, точно подобранную аудиторию.

Вызванные технологиями перемены всегда несут с собой новые вызовы для производителей и продавцов товаров. Любая компании сегодня понимает, что игнорировать происходящее или сопротивляться переменам, привнесенным в нашу жизнь цифровыми технологиями, нельзя, потому что это может привести к катастрофическим последствиям.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

7. Алексеев И. В. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития электронного взаимодействия / Актуальные направления научных исследований: от теории к практике. — 2016. — 450 с.

8. Авдокушин Е. Ф. Мобильно-цифровые технологии как фактор формирования новой экономики / Вопросы новой экономики. — 2016. -350 с.

9. Бобкова А. К. Эволюция маркетинга и маркетинговых коммуникаций (теоретические и методологические аспекты) / Экономика и социум. — 2016. -550 с.

10. Вирин, Ф. Интернет-маркетинг / Ф. Вирин. - М.: Эксмо, 2010. - 224 с.

Загребельный, Г. Performance-маркетинг.Заставьте интернет работать на вас / Г. Загребельный. - М.: Альпина Паблишер, 2017. - 270 с.

11. Райен, Д. Краткий курс интернет-маркетинга / Д. Райен. - М.: ШКИМБ, 2013. - 320 с.

12. Смирнов, А. Лидовое побоище. Маркетинговые инструменты для продвижения бизнеса в Интернете / А. Смирнов, Ю. Суздаль. - СПб.: ИГ Весь, 2015. - 176 с.

13. Сухарев, О.С. Функциональный и интернет-маркетинг: Монография / О.С. Сухарев. - М.: КУРС, НИЦ Инфра-М, 2013. - 352 с.

14. Сухов, С. Катализатор величия. Как усилить свой бренд при помощи интернет-маркетинга / С. Сухов. - М.: Эксмо, 2015. - 74 с.

15. Тихомиров, В.П. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинг коммуникации: Учебное пособие / В.П. Тихомиров. - СПб.: Питер, 2013. - 288 с.

16. Юрасов, А.В. Интернет-маркетинг / А.В. Юрасов, А.В. Иванов. - М.: Горячая линия -Телеком , 2015. - 246 с.

ОПТИМИЗАЦИЯ РАССТАНОВКИ СКЛАДСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ ООО «АВТОМОБИЛЬНЫЙ ЗАВОД «ГАЗ»

Воронина Т.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В успешном функционировании всех хозяйственных субъектов складская деятельность каждый год играет всю большую и большую роль. Складское хозяйство обеспечивает предприятие всем необходимым сырьем, а так же материалами и комплектующими для непрерывного производственного процесса. В своей сущности, склады это сложный и неотъемлемый элемент в системе функционирования любого производственного предприятия. Они отвечают за снабжение и сбыт, и от них зависит качество и эффективность обеспечения потребителей необходимыми ресурсами.

Основными задачами ведения складского хозяйства выступают:

- сохранение вида и качества поступающих товарно-материальных ценностей, готовой продукции, товаров народного потребления и других ресурсов;
- эффективное и оптимальное размещение ресурсов на складах предприятия;
- выполнение всех необходимых операций по грузопереработке продукции на различных этапах ее продвижения [2, с.36].

ООО "Автомобильный завод "ГАЗ" (ООО "Автозавод "ГАЗ", Горьковский автомобильный завод, ГАЗ) - одно из крупнейших российских автомобилестроительных предприятии, крупный производитель легковых, лёгких грузовых автомобилей и микроавтобусов. Завод был основан в 1932 году как Нижегородский автомобильный завод имени В. М. Молотова. Предприятие входит в состав автомобилестроительного холдинга "Группа ГАЗ". ГАЗ занимает особое место в автомобилестроении — это

единственный в России завод, который выпускает самую широкую гамму грузовых автомобилей, спецтехнику, автокомпоненты [3].

На данный момент площадь производства в общей сложности составляет 6 000 000 квадратных метров из них 33972 квадратных метров занимают склады временного хранения, так как компания изменяет систему складов из автопарка оборудуют новый склад, всего на данный момент имеется 3 основных здания. Будущая схема складов показана на рисунке 1.

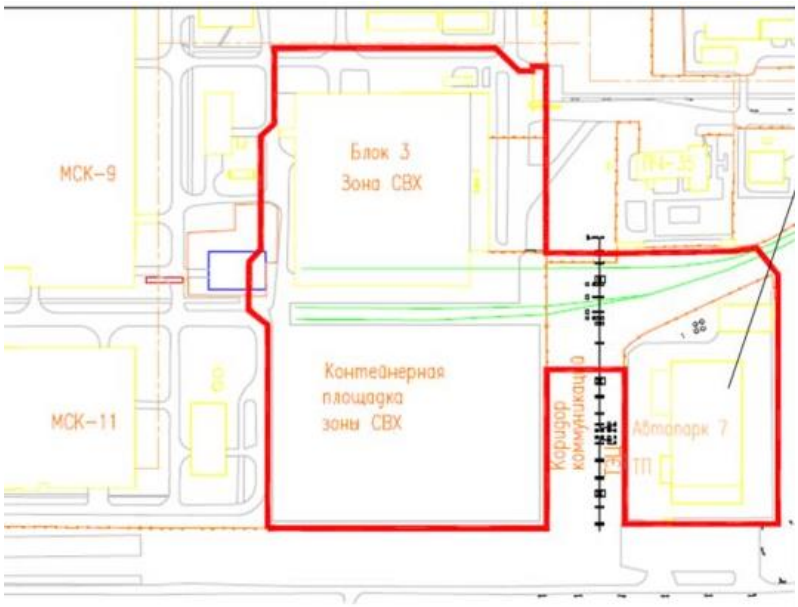


Рисунок 1 – Будущая система складов временного хранения в ООО «Автомобильный завод «ГАЗ»

Так как ООО «Автомобильный завод «ГАЗ» за 2020 год увеличил количество моделей, грузовых, легковых и пассажирских автомобилей, выпускаемых на производстве в 1,5 раза, необходимы новые складские площади. Для производства данного типа, где все процессы осуществляются на одной территории не выгодно строительство склада на территории вне производства, так как это сильно повлияет на издержки и время изготовление автомобилей. На производстве данную проблему начали решать с помощью закрытия одного автопарка для готовых автомобилей на территории производства и открытия на его месте еще одного склада. Но данных площадей все равно недостаточно, важно провести оптимизацию

расстановки оборудования на основном сладе временного хранения на территории ООО «Автомобильный завод «ГАЗ».

На данный момент компания вводит систему бережливого производства, которая предполагает снижение издержек и повышение эффективности работы. На деле это отказ от огромных складских помещений, оптимизация их территорий, снижение электропотребления, создание более удобных рабочих мест. Внедряя данную систему, компания стала уходить от того, что поставщик — это заготовительное производство или внешнее — работает на склад. Он точно знает, сколько комплектующих израсходовано в этот день или в этот час, потому что к нему вернулась специальная карточка. Он знает, что ему нужно заполнить тару именно таким количеством материала. Соответственно, нет этих промежуточных складов, бессмысленной сортировки или остатков, которые потом остаются невостребованными.

В ходе анализа рассмотрим расстановку складского оборудования в блоке 3 на складе временного хранения, высота склада 10 метров. Рассмотрим данный склад и использование его площадей в ходе складской деятельности в таблице 1.

Таблица 1

Использование помещений на складе временного хранения ООО «Автомобильный завод «ГАЗ»

Наименование показателей	Ед. изм.	Формула	Значение
Грузовая площадь	м2	$\frac{Q * З * Кн}{254 * С * Киго * Н}$	2400
Площадь прохода и проездов (зона хранения)	м2	Равна грузовой площади	1134,5
Участок приемки	м2	$\frac{Q * Кнх * А2 * tпр}{С * 254 * q * 100}$	3259
Участок комплектования	м2		
Приемочная экспедиция	м2		

Площадь отправочной экспедиции	м2	$\frac{Q * Кн * А3 * tкм}{С * 254 * q * 100}$ $\frac{Q * tпэ * Кнх}{365 * q}$ $\frac{Q * tоэ * А4 * Кн}{365 * q}$	
Площадь рабочих мест	м2	-	422,5
ИТОГО	м2	-	7216

Способ укладки – стеллажный, т.е. вся хранимая продукция на складе анализируемого предприятия хранится в ячейках стеллажей на поддонах. Что позволяет оптимально использовать складские площади. Здесь также очень важным будет определение двух техникоэкономических показателей работы склада – коэффициента полезной площади склада ($К_{пл}^{полез}$) и коэффициента использования емкости склада ($К_{емк}$).

Данные показатели помогут сформировать четкое и обоснованное мнение о правильности расстановки оборудования, о грамотном использовании площади и объема склада готовой продукции ООО «Автомобильный завод «ГАЗ». Коэффициент полезной площади склада определяется как доля полезной (предназначенной для хранения материалов) площади к общей площади склада. Оптимальное значение 0,25< $К_{пл}^{полез}$< 0,6. Полезную площадь можно определить площадью всего оборудования, установленного на складе. Поскольку длина 1 стеллажа равна 10 метров, а ширина 0,8 метра, а общее количество ячеек равно 300, то полезная площадь будет равна:

$$К_{пл}^{полез} = 0,332 \qquad (1)$$

Коэффициент использования емкости склада определяется отношением

полезного объема (объема тар) к общему объему склада. Считается, что наиболее рациональным является значение $К_{емк}$ от 0,3 до 0,5. Таким образом, полезный объем склада можно определить путем умножения полезной площади на высоту тар. Поскольку высота одной железной тары составляет

0,9 м, а продукция хранится в 3 яруса, то емкость анализируемого склада равна:

$$К_{емк} = \frac{2400x0,9x3}{28864} = \frac{6480}{28864}=0,2245 \qquad (2)$$

По полученным значениям рассчитанных показателей ($К_{пл}^{полез}$=0,332 и $К_{емк}$=0,2245) можно сделать вывод о том, что в принципе площадь и объем исследуемого склада используются в пределах установленных показателей, но все же эти значения очень близки к минимальным ($К_{пл}^{полез}$ близок к минимальному значению 0,25 и $К_{емк}$ близок к минимальному значению 0,3). Это дает право предпринимать попытки, давать рекомендации, способные вести к увеличению данных показателей с целью более рационального и эффективного использования имеющихся у предприятия складских площадей и объемов.

На мой взгляд слад является недостаточно оптимизированным, в данной отрасли, складская логистика быстро развивается, поэтому необходимо постоянно следить за тенденциями и улучшать качество своих складов. Для склада временного хранения в блоке 3 на территории производства ООО «Автомобильный завод «ГАЗ», нужно оптимизировать складское оборудование. В ассортименте не готовой продукции, которая на данный момент хранится на складах, большинство деталей небольшого размера, так как в основном элементы автомобилей собираются из небольших деталей, что дает возможность в складском помещении применять разные системы хранения. Необходимо оборудовать склад не только стеллажами, но и мезонинами.

Мезонин – это широко распространенный тип стеллажей. Это удобная многоярусная конструкция, которая позволяет увеличивать складскую площадь в несколько раз [4, с.43].

Данный тип стеллажей является современным и эргономичным, так как включает в себя помимо полок для хранения, лестницы, настил и ограждения. В этой многоуровневой конструкции возможно сочетание

потолочного и поддоного типа хранения в единой конструкции. Помимо этого, данная система хранения подходит для расположения различных типов товаров, что важно для ООО «Автомобильный завод «ГАЗ» и имеет возможность индивидуального обслуживания каждого отдельного яруса.

Как мы выяснили раннее, грузовая площадь склада временного хранения в блоке 3 составляет 2400 квадратных метра, а высота 10 метров. Если ООО «Автомобильный завод «ГАЗ» будет использовать многоярусные конструкции по системе мезонин в общей сложности с 4 ярусами по 2 метра в высоту, для удобства работы на данных ярусах, то высота конструкции составит 8 метров, а общая грузовая площадь составит 9600 квадратных метра.

На мезонине могут храниться различные грузы, габаритные размеры упаковок не должны превышать размеров по длине 2 метра, по глубине 2 метра и по высоте 2 метра. Максимальная нагрузка на 1 квадратный метр этажа мезонина не должны превышать 1000 кг.

Стоимость строительства и обслуживания многоярусной системы мезонина по среднерыночным ценам составляет 5000 рублей на 1 квадратный метр текущей грузовой площади. Так же в системе предусмотрены грузовые подъемники, лестницы и ограждения. Общая стоимость составит 12 000 000 рублей. Эта сумма для такого крупного производства как ООО «Автомобильный завод «ГАЗ» достаточно приемлемая. Если не использовать данную систему, то в скором времени производству необходимо было бы либо стоить новый склад на территории производства, примерная стоимость которого по нынешним ценам составила бы 30 000 000 рублей, либо брать в аренду складские помещения по близости от производства, в месяц на аренду уходило бы 600 рублей за квадратный метр. При условии использования существующего склада и аренды такого же пространства как с мезонином, то есть 7200 квадратных метров, стоимость составила бы 4 320 000 рублей в месяц и 51 840 000 рублей в год. При внедрении новой многоярусной

системы, возможна экономия на аренде или строительстве дополнительных складских площадей.

Данные многоярусные стеллажи помогут ООО «Автомобильный завод «ГАЗ» сэкономить вместимость склада и улучшить хранение товаров. В данной системе будет использована та площадь, которая находится над опорным ярусом, которая во время эксплуатации иных типов стеллажей чаще всего не используется. Так как грузовые подъемники уже включены многоярусную систему, то при операциях над грузами, работники смогут использовать их, а так же уже имеющуюся на складе технику, погрузчики, тележки и т.д.

Таким образом, можно сделать вывод, складская логистика имеет постоянное развитие и от того на сколько эффективно будут использоваться складские помещения зависит общий успех деятельности производственного предприятия. Четкая организация склада является ключевым аспектом современной организации. На данный момент в ООО «Автомобильном заводе «ГАЗ» существует проблема неправильного распределения оборудования на складах. При помощи внедрения использования многоярусных конструкций по системе мезонин повысится эффективность организации складского хозяйства и достигнет 400% за счет использования трех дополнительных ярусов хранения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дыбская, В. В. Логистика складирования: учебник / В.В. Дыбская. — Москва: Инфра-М, 2021. — 559 с.

2. Иванов, Г. Г. Складская логистика : учебник / Г. Г. Иванов, Н. С. Киреева. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. — 192 с.

3. Официальный сайт ООО «Автомобильный завод «ГАЗ» [Электронный ресурс] – https://gazgroup.ru/ (21.11.2020)

4. Смирнова, А. В. Логистика складирования : учебное пособие для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» / А. В.

Смирнова, Н. В. Черноносова. — 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 50 с.

5. Смольянинова Елена Николаевна, Генералова Олеся Вячеславовна Совершенствование складской инфраструктуры предприятия // АНИ: экономика и управление. 2019. №3 (28). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-skladskoy-infrastruktury-predpriyatiya (дата обращения: 27.11.2020).

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ВНУТРЕННИХ ФАКТОРОВ НА УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Зуева Я.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Появление проблем в управлении товарными запасами предприятий розничной торговли связано, как правило, с наличием качественных преобразований управления в целом или привнесением в управление качественно новых элементов, свойств (характеристик), затрагивающих деятельность торгового предприятия. Структурирование проблем управления запасами, выявление резервов повышения их эффективности невозможно без всестороннего и совершенного исследования разнообразных факторов. Детальность исследования влияния факторов на определенное явление прямо определяет точность полученных результатов оценки качества работы хозяйствующего субъекта. [2,165]

Проблемы управления товарными запасами целесообразно рассматривать как результат влияния внутренних и внешних факторов на хозяйственную систему. Данное утверждение основано на системном подходе к управлению предприятием, поскольку в современных условиях хозяйствования любой субъект хозяйствования одновременно выступает как

объект и субъект рыночных отношений, который, с одной стороны, влияет на среду своего развития, а с другой, испытывает влияние этой среды на свое состояние и динамику. Важность такого распределения для управления товарными запасами подтверждается тем, что системный подход позволяет предусмотреть в ответ на каждый внешний влияние на систему некоторую внутреннюю смену, что обеспечивает общий баланс среды. [2,166]

Рассматривая внутренние проблемы торгового предприятия, подчеркнем, что они напрямую зависят от деятельности данного предприятия, определяются стратегией и тактикой этой деятельности и подлежат непосредственному управлению со стороны самого предприятия. Как известно, розничная торговля выполняет целый ряд функций: реализация товаров (в том числе реализация потребительской стоимости и реализация стоимости товара), изучение покупательского спроса на товары, формирование ассортимента, реклама товаров и услуг, оказание помощи покупателям в выборе товаров, размещения и выкладка их в торговом зале, предоставления дополнительных сервисных услуг по поставке товаров на дом покупателю, прием заказов на товары, отсутствующие в продаже и другие. Выполнение перечисленных функций является залогом эффективного управления формированием и использованием товарных запасов.

Рассмотрим наиболее важные факторы внутренней среды, которые, на наш взгляд, определяют процессы образования и использования товарных запасов. Сюда можно отнести, в первую очередь, базовую стратегию и цели развития предприятия, формат торгового предприятия; объем и структуру товарооборота предприятия; специфику организации продаж; условия товароснабжения, регулярность и частота завоза товаров; качество работы персонала на предприятии (компетентность, креативность и т.д.) и др. Отнесение к группе внутренних факторов базовой стратегии и целей развития предприятия розничной торговли объясняется необходимостью

осуществления управления товарными запасами в контексте общего управления предприятием.

Неправильные решения о размере товарных запасов немедленно приводят к потерям в объемах товарооборота или лишним расходам по хранению. Если дефицит продукции грозит срывом производственных и маркетинговых планов, то в результате чрезмерных запасов возрастает потребность в складских площадях, в расходах на страховку и выплату налогов, обслуживание источников их финансирования, к тому же хранящиеся на складе товарно-материальные ценности могут потерять часть стоимости. С другой стороны, большие по размеру товарооборота предприятия (формата гипермаркет, супермаркет), как правило, осуществляют торговую деятельность с меньшим уровнем товарных запасов. При увеличении объема розничного товарооборота товарные запасы обычно уменьшаются. Величину товарных запасов определяет также широта и обновляемость ассортимента товаров, реализуемых предприятием торговли. Так, чем шире ассортимент товаров (супермаркеты, гипермаркеты, универмаги), тем больше нужно товарных запасов для обеспечения покупателям возможности выбрать нужный товар, так как запасы создаются по каждому виду товаров.

Влияние структуры товарооборота также проявляется в сложности ассортимента товаров, то есть наличия одного и того же вида товара, но разного по размеру, артикулам, фасонам, моделям, расцветкам и тому подобное. Виды товаров, которые классифицируются на разновидности больше, чем по трем признакам, в совокупности составляют так называемый сложный ассортимент товаров. Больший их удельный вес в товарообороте предприятия (магазины у дома, непродовольственные гипермаркеты) определяет больший размер товарных запасов, поскольку объективно возникает постоянная необходимость в товарах по различным признакам. Кроме того, товары сложного ассортимента требуют проведения регулярных операций по подсортировки и подготовки к продаже, которые требуют

определенного времени и, соответственно, создания дополнительных запасов [1,33].

Продолжая исследование внутренних факторов, отметим, что время хранение отдельных товаров существенно отличается и определяется их физико-химическими свойствами. В частности, срок хранения товаров, которые быстро портятся, ограничен несколькими часами. Соответственно, по таким товарам нельзя создавать большие запасы из-за вероятности возникновения их потерь в натуральном и денежном выражении. Таким образом, рост в розничном товарообороте удельного веса непродовольственных товаров, товаров сложного ассортимента обусловливает повышение общего уровня товарных запасов предприятия; а рост удельного веса товаров продовольственной группы, в частности устойчивого спроса, обусловливает уменьшение размера запасов.

Нерегулярные поставки товаров, перебои в их завозе приводят к увеличению величины товарных запасов, так как вызывают необходимость создания дополнительной (гарантийной) их части. Частота завоза товаров на предприятие при прочих равных условиях имеет обратное влияние на величину товарных запасов. То есть, чем чаще в торговлю завозятся товары, тем меньше размер товарных запасов и наоборот. Для продуктов, которые быстро портятся, например, характерна высокая частота завоза. Такая проблема характерна в основном для предприятий, у которых отсутствует собственное производство.

Сетевые предприятия розничной торговли, преимущественно продовольственные, организуют сегодня собственное производство (гипермаркеты и супермаркеты, магазины у дома), что является одной из важных составляющих их конкурентоспособности из-за сокращения расходов на продвижение товаров, полный контроль над процессом образования цены, возможность непосредственно контролировать качество.

Основными видами собственного производства (так называемое privatelabel) для сетевых предприятий розничной торговли являются:

хлебобулочная и кондитерская продукция, бакалея, мясные и рыбные изделия, салаты. Собственное производство может быть организовано по трем вариантам:

1. Полный цикл производства - в каждом супермаркете сети.

2. Организация производства полного цикла (фабрики кухни) на базе только одного из магазинов сети - предполагает развозки полуфабрикатов высокой степени готовности по всем другим объектам. При этом организация будет рентабельной на территории одного региона, начиная с седьмого супермаркета, при 63% загрузке производства.

3. Контрактное производство - производство продукции на заказ [2,115].

Отметим, что централизация и высокий уровень управления закупками, запасами, сбытом за счет привлечения квалифицированных специалистов (по логистике, категоричного менеджмента и т.д.) позволяют сетевым предприятиям розничной торговли избежать многих недостатков, характерных для отдельного магазина.

Следующая проблема связана со спецификой внеоборотных активов (а точнее - основных средств) в торговле. Для торговых предприятий характерна более важная роль пассивной части внеоборотных активов, что связано с особенностями осуществления торгового процесса, отсутствием производственной стадии и т.д. и выражается в наличии и размере торговых и складских помещений. Размеры торговых и складских помещений, их состояние и местонахождение влияют на показатели объема товарооборота, обеспеченности предприятия товарными запасами, интенсивность потока покупателей, которые в целом характеризуют торговую деятельность предприятий отрасли. Наличие у торгового предприятия развитой складской сети определяет максимально возможный размер запасов товаров. Он определяет возможность предприятия аккумулировать большой объем запасов, создавать широкий ассортимент товаров, обеспечивать надлежащие условия для хранения запасов и их качества. Специализированное складское

оборудование (холодильные камеры, стеллажные системы), наличие или возможность создания постоянных зон для хранения отдельных групп товаров (овощи, бакалея, мясопродукты, косметические изделия, синтетические моющие средства) при условии обеспечения правильного товарного соседства и возможности постоянного надзора за их сохранением также является важным фактором управления товарными запасами. Создание товарных запасов предприятия розничной торговли проявляется в возможности использования различных способов их финансирования: собственные средства; коммерческий кредит; краткосрочный банковский кредит.

Согласно основному правилу финансирования товарные запасы как часть оборотных активов торгового предприятия должны формироваться, как правило, за счет собственных и краткосрочных заемных средств (краткосрочных кредитов банка и кредиторской задолженности). Поэтому важной задачей финансового менеджмента, направленного на достижение максимальных результатов хозяйственной деятельности, является привлечение и эффективное использование заемного капитала, вложенного в товарные запасы, поскольку его объемы могут значительно превышать объемы использования собственных средств в торговле.

Среди других факторов, вызывающих проблемы управления товарными запасами, можно выделить организацию сбыта товаров, формы расчетов, организацию документооборота на предприятии и т.д. Отметим, что совокупное влияние указанных внутренних факторов на величину, уровень и эффективность использования товарных запасов на предприятии розничной торговли зависит не только от их соотношения, но и от стадии жизненного цикла предприятия и товара, компетенции и профессионализма управленческого персонала, степени использования современных технологий и информационных систем, размера предприятия и т.д. Влияние стадий жизненного цикла предприятия на величину и уровень товарных запасов определяется, в частности, возможностями и задачами хозяйствующего

субъекта на разных стадиях развития по поводу достижения определенного объема товарооборота.

Создание полноценной розничной сети требует построения информационной сети, способной эффективно управлять ресурсами. Для успешного функционирования и развития сети предприятие должно использовать современное оборудование и программно-информационное обеспечение. Информационные системы, разработанные для розничной торговли, имеют ряд особенностей: необходимость работы с большим и быстро обновляемым перечнем товаров; ориентированность на каждого конкретного клиента. Применение информационных технологий в сфере управления товарными запасами предприятий розничной торговли вызвано необходимостью разработки новых методов привлечения клиентов, обеспечение удовлетворения их спроса необходимым количеством продукции и повышение их лояльности компании. На рынке имеются готовые интегрированные комплексные системы управления товарными запасами, разработанные на основе анализа опыта многих потребителей и с учетом требований современного менеджмента. Однако технологии не дадут полной отдачи, если их использование не поручить специалистам, которые хорошо разбираются в организации управления бизнес процессов по управлению товарными запасами и конкретным бизнесом в целом. [3,2]

Однако, напоследок все же хотелось бы отметить, что эффективное управления внутренними факторами без уделения внимания изменению внешних факторов может привести к появлению дополнительных проблем, негативно влиять на объемы деятельности предприятия, доходы и прибыль.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бабурина Д.А., Необходимость новых подходов к управлению товарными запасами торгового предприятия / Д.А. Бабурина // Научный альманах. 2018. № 7-1 (21). С. 32-36.

2. Грызанов, Ю.П., Файницкий, А.И. Управление товарными запасами в торговле./ Ю.П. Грызанов, А.И. Файницкий — М.: Экономика, 2019. -215 с.

3. Маклаков, Г.В. Влияние времени на эффективность товарного обращения / Г.В. Маклаков // ЦИТИСЭ. 2019. № 3 (7). С. 2.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ ЛОГИСТИКИ ДЛЯ РОСТА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДАЖ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Картавина Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность рассматриваемой проблемы обусловлена тем, что в текущих условиях происходит смещение акцентов распределительной логистики с классических офлайн-каналов на онлайн-каналы. Это стало объективным следствием возникшей ситуацией с пандемией Covid-19 и последовавшими карантинными мероприятиями, во время которых значительно возрос спрос на онлайн-покупки. В частности, крупнейшая в мире розничная сеть Walmart отчиталась о росте +79% финансовых результат за III квартал и 9 месяцев текущего 2020 г. [8] Аналогичные (или близкие к ним) результаты характерны и для других ритейлеров.

В данной статье используются методы статистического исследования, общенаучные методы анализа и синтеза. Для анализа использованы практические кейсы порталов Retail.ru и Logistics.Ru, а также других источников по теме.

Проведенное исследование и его результаты будут применены на предприятии сферы розничной торговли офисной мебелью «Компания «Офис-Галерея»» (Нижний Новгород). На данный момент предварительно проведенное исследование показало, что предприятие нуждается в

активизации деятельности в сфере распределительной логистики и продаж, в том числе вызванные общеэкономическими негативными изменениями. Также немаловажным аспектом обращения к вопросам настоящей статьи является необходимость пересмотра алгоритмов стратегического анализа на основе концепции современного маркетинга, связанной с обоснованием и созданием дополнительной ценности для покупателей, которая зачастую может быть связана с совершенствованием распределительной логистики (поставки), большей индивидуализация предложений на основе понимания ценности для бизнеса клиентов.

Как уже было отмечено, современная распределительная логистика развивается в условиях всё большего перехода к онлайн-торговле. Аналитики агентства CS-Cart отметили, что всего за несколько лет маркеплейсы из e-commerce-эксперимента превратились в России в силу, за которой многие признают будущее ритейла. В 2019 году продажи Wildberries выросли на 80% по сравнению с 2018-м, а количество продавцов в апреле 2020-го увеличилось в 5 раз. С апреля по июнь 2020 года товарооборот «Беру» вырос в 3,5 раза. Это лишь немногие примеры. Пока владельцы реальных ТЦ решают вопросы сохранения трафика и привлечения арендаторов, маркетплейсы наращивают число продавцов и покупателей [7].

На данный момент основными тенденциями распределительной логистики, выявленными на основе анализа современных публикаций [5, 6], являются:

1) Эластичность логистики – это гибкость, которая позволяет увеличивать или снижать мощность в зависимости от меняющихся потребностей внутри цепочки поставок. Благодаря такому подходу компании могут действовать более эффективно в зависимости от текущего спроса.

2) Большие данные (Big Data) и аналитика позволяет компаниям прогнозировать наиболее загруженные периоды или вероятность недостаточного снабжения в ближайшем будущем. Эти прогнозы помогают

усовершенствовать механизмы принятия решений и повысить общую эффективность работы компаний.

3) Блокчейн способен обеспечить прозрачность транзакций на протяжении всего процесса логистики, что позволяет конечному пользователю отследить весь путь и лучше понять продукт.

4) Облачные SaaS-решения для логистических компаний помогают преодолеть барьеры в коммуникациях и дает возможность работать с данными максимально безопасным способом.

5) Все больше логистических компаний стремятся сократить энергопотребление и применяют «зеленые» практики и подходы. Поэтому значение экологичных способов транспортировки будет расти.

6) 3D-печать позволит поставщикам логистических услуг управлять более сложными производственными сетями и пользоваться преимуществами сети 3D принтеров, предлагая рынку новые услуги.

7) Беспилотные автомобили повышают безопасность движения транспортных средств и доставки товаров.

8) Совершенствование доставки на «последней миле».

9) Внедрение достижений робототехники в логистику повышает скорость и точность процессов цепочки поставок и исключает ошибки из-за человеческого фактора.

10) Интернет вещей – это система взаимосвязанных между собой физических устройств, которые обмениваются данными через интернет без участия людей. Интернет вещей в логистике повышает прозрачность всей цепочки поставок и эффективность управления товарными запасами. За счет этого логистика становится более управляемой в режиме реального времени [2].

Массовая персонализация относится к предложению индивидуальных продуктов или услуг для удовлетворения потребностей отдельных клиентов, производимых и доставленных с эффективностью массового производства. Для поставщиков логистических услуг эта тенденция приведет к увеличению

спроса в распределительных центрах на услуги с добавленной стоимостью в рамках операций по консолидации, реализации, отсрочке и настройке, а также на более важные услуги на последней миле.

Преобразование традиционных бизнес-моделей, основанных на продуктах, в модели «результат как услуга» ставит конечных пользователей в центр стратегий и взаимоотношений, обеспечивая ценную информацию об использовании продукта. Чтобы полностью реализовать концепции обслуживания, компаниям придется внедрить технологии мониторинга состояния и модели выставления счетов за услуги.

В начале ноября 2020 года торговая сеть «Перекресток» запустила новую механику в персонализированных каналах коммуникации для своих покупателей — продолжительную кампанию персональной рекомендации товаров с эластичной скидкой клиенту. Целью кампании является сокращение числа регулярного промо и замена его персонализированными предложениями, что приведет к сокращению расходов, повышению лояльности и отклика покупателя, а также расширению его корзины за счёт предложения дополнительных товаров. Сделано это было не просто так: целевой маркетинг и программа лояльности «Клуб Перекресток» позволила торговой сети получить более 10 млрд рублей дополнительного оборота в 2019 году, что почти в два раза превышало аналогичные результаты 2018 года [1].

Анализ публикаций в целом свидетельствует о том, что доля e-commerce на российском рынке ретейла возрастает, и это объективно приводит к необходимости эффективно выстраивать распределительную логистику. В частности, по данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), по итогам первого полугодия указанный показатель доли e-commerce впервые превысил 10%. Для сравнения: в Китае этот показатель составляет почти 30%, в Европе — 14%, в США — около 16%. То есть Россия приблизилась к европейским показателям. Крупные российские компании, занимающиеся электронной коммерцией, показывают рост на

100–150% из года в год. Во время пандемии этот рост еще усилился: число заказов возросло кратно буквально мгновенно. Чтобы выполнять эти заказы, нужны эффективно работающие логистические мощности [4].

Одним из современных решений в вышеозвученной области является пример сотрудничества Novardis и розничной сети «Магнит»: Novardis будет реализовывать проект цифровизации бизнес-процессов товародвижения и логистики. Этот проект входит в состав пятилетней программы трансформации ERP на базе решений SAP, которую российский ритейлер запустил несколько месяцев назад [3]. В рамках проекта планируется проанализировать существующие в компании процессы и внести изменения в соответствии с самыми современными лучшими практиками логистики. Кроме того, предполагается максимально автоматизировать закупочные и складские процессы с целью повышения их эффективности и создания надежной основы для роста и развития бизнеса «Магнита».

Исследование материалов крупного отраслевого портала Logistics.Ru позволяет отметить, что большинство торговых сетей концентрируется на сокращении издержек, в том числе за счет выбора более дешевых перевозчиков, но при этом они должны соответствовать строгим требованиям заказчиков. Если программа сокращения издержек в логистике экономит компании несколько миллионов рублей в год – логистические подразделения подтверждают свою эффективность. Если проект сокращения издержек позволяет экономить до 10% год – деятельность логистического подразделения считается исключительно успешной [9].

Важным направлением, требующим современных подходов, является тот факт, что немногими немногие компаниями оцениваются экономические последствия дефицита ходовых товаров. Как показывает анализ практики экспертов на портале Logistics.Ru, зачастую причиной потерь является неточное прогнозирование, приводящее в возникновению дефицита в случае значительного превышения фактического спроса над прогнозным. Во многих сетях потери вследствие дефицита практически равны (при Уровне сервиса

УС=60-70%) или даже превосходят фактические объемы продаж (при УС менее 60%). Можно сделать вывод о важности подключения персонализированных продаж для уменьшения рисков дефицита товаров, равно как и для исключения скопления большого количества товаров на полках. В данном направлении может помочь моделирование кривой спроса на товары с учетом в регрессионной модели ключевых факторов, влияющих на спрос.

Таким образом, нами рассмотрены важные направления современных изменений в распределительной логистике, применение которых в рамках проекта, реализуемого в нашем диссертационном исследовании, позволит повысить эффективность деятельности торгового предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. «Перекресток» запустил новую механику персонализированных предложений [Электронный документ] // Режим доступа - URL: https://www.retail.ru/news/perekrestok-zapustil-novuyu-mekhaniku-personalizirovannykh-predlozheniy-13-noyabrya-2020-199628/
2. 10 трендов в логистике 2020 года [Электронный документ] // Режим доступа - URL: https://zen.yandex.ru/media/id/5b61c5aee9151400a9f492fa/10-trendov-v-logistike-2020-goda-5fb689256a210f1cc03a3dec
3. Novardis поможет «Магниту» трансформировать процессы товародвижения и логистики [Электронный документ] // Режим доступа - URL: https://www.cnews.ru/news/line/2020-11-09_novardis_pomozhet_magnitu_transformirovat
4. Андрей Постников: «Мы счастливцы, что занимаемся складской недвижимостью» [Электронный документ] // Режим доступа - URL: https://newprospect.ru/news/interview/andrey-postnikov-my-schastlivtsy-chto-zanimaemsya-skladskoy-nedvizhimostyu/
5. Денисова В.А. Организация распределительной логистики на предприятии // Евразийский Союз ученых. - 2019. - №4-9 (61). - С. 15-17
6. Колногорова Ю.С. Анализ и перспективы использования современных технологий для совершенствования распределительной логистики торгового предприятия // Россия - Азия - Африка - Латинская Америка: экономика взаимного доверия. - 2019. - С. 225-226

7. Мертвые моллы: почему ритейлеры открывают онлайн-маркетплейсы? [Электронный документ] // Режим доступа - URL: https://www.retail.ru/interviews/mertvye-molly-pochemu-riteylery-otkryvayut-onlayn-marketpleysy/

8. Онлайн-продажи Walmart выросли на 79% в III квартале [Электронный документ] // Режим доступа - URL: https://www.retail.ru/news/onlayn-prodazhi-walmart-vyrosli-na-79-v-iii-kvartale-17-noyabrya-2020-199763/

9. Почему торговые сети упорно теряют миллиарды? [Электронный документ] // Режим доступа - URL: https://logistics.ru/retail/news/pochemu-torgovye-seti-uporno-teryayut-milliardy

ПРАКТИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ РЕШЕНИЙ В РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЯХ

Красильникова А.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность данной статьи заключается в необходимости внедрения цифровых решений в деятельность розничных торговых предприятий. Большинство крупных ритейлеров, ежегодно разрабатывают современные цифровые решения для оптимизации деятельности, так как существование предприятий данного формата с отсутствием цифровизации, становится практически невозможным.

Целью данной исследовательской работы, является изучение современных практик использования цифровых решений в деятельности розничных торговых сетей.

Основные задачи, которые необходимо решить в процессе исследования:

1. выявить основные направления в деятельности розничных торговых сетей, требующие внедрения цифровых решений;

2. изучить цифровые решения, применительно к каждому выявленному направлению деятельности торговых сетей;

3. сформулировать выводы по результатам проведенного исследования.

В исследовании были использованы следующие методы: теоретический анализ и обобщение научной литературы, метод дедукции, описание, эмпирическую базу исследования составили ежегодные отчеты торговых сетей, а также информация, взятая с их официальных сайтов.

В настоящее время, мир активно переходит на применение цифровых решений практически во всех востребованных сферах деятельности. Современное общество, с каждым годом, становится все более восприимчивым к использованию цифровых технологий, а жизнь без них представить уже невозможно.

В цифровой экономике, одной из основных сфер, где активно используются цифровые решения является сфера торговли. Согласно исследованию, проведенному Redis Business Class, PwC, Microsoft – 41 % опрошенных ритейлеров уже находятся в процессе цифровой трансформации, а еще 16 % планируют активно развивать данную сферу в своей деятельности [1].

По результатам исследования Чкаловой О.В. и Вдовиной Ю.А. в научной работе «Инновационное развитие отечественных торговых сетей в условиях глобализации», лидерами среди сетевых ритейлеров на Российском рынке по уровню годового дохода от розничной торговли, являются такие торговые сети как X5 Retail Group, ПАО «Магнит», ООО «Лента» и ПАО «Дикси Групп» [2]. Очень большой вклад в успех данных компаний, принесли именно цифровые решения, которые они активно используют в своей деятельности во многих направлениях. Данные компании ежегодно ставят планы и цели на определенный отчетный период, их развитие со стороны применения цифровых решений никогда не стоит на месте. Одними из наиболее актуальных направлений, требующих внедрения цифровых

решений являются: клиентский сервис, закупки и поставки, деятельность персонала, внутренние рабочие процессы предприятия, мерчандайзинг, обработка данных, онлайн деятельность и транспортная логистика. Клиентский сервис требует особого внимания, так как цифровизация в данной сфере может позволить упростить жизнь как продавцам, так и покупателям, а также максимально удовлетворить потребности потребителей. Сфера закупок и поставок, учитывая объемы товара, поступающего на склады торговых сетей, уже с трудностью регулируются с использованием только человеческой силы и мышления. Как правило в торговых сетях очень большой штат сотрудников, так как имеется очень много отделов по различным направлениям. Такой штат сотрудников необходимо организовывать, в следствии чего возникает нужда в применении цифровых технологий. Большинство бизнес процессов, требуют усовершенствованной оптимизации, для того что бы облегчить работу персонала, сократить время на некоторые действия, в данном случае опять же приходится разрабатывать новые цифровые решения. В системе мерчандайзинга на данный момент необходимы цифровые технологии из-за большой площади торговых залов в розничных торговых сетях. Большой объем информации и документации требует автоматизированной обработки данных, а транспортная логистика в современное время, уже не может обходиться использованием только одного грузового транспорта для доставки продукции. Выделив основные направления деятельности ритейлеров, требующих внедрения цифровых решений, перейдем к изучению цифровых решений в рамках указанных направлений деятельности.

Таблица 1

Обобщение элементов цифровых инноваций по крупным торговым сетям

X5 Retail Group	**ПАО «Магнит»**	**ООО «Лента»**	**ПАО «ДИКСИ Групп»**
Сервис для клиентов			
- Система лояльности путем накопления бонусов	- Кросс-форматная программа лояльности	- Дисконтные карты лояльности	- Дисконтные карты лояльности

- Кассы самообслуживания - Сканер товаров для клиентов в торговом зале и через мобильное приложение - Магазин без кассиров - 5Post — служба онлайн доставки - Услуга click & collect – сервис для заказа товаров онлайн, что бы получить их офлайн - Постаматы - Умные весы - Видеомониторинг очередей [3]	- Онлайн доставка товаров - Кассы самообслуживания - Технология SELFIETOPAY биометрическая идентификация по лицу для оплаты - Электронный сомелье - Сканер товаров для клиентов - Пулинг – быстрая оптимизированная система сбора и доставки товара - Scan&Go – Face-to-pay (покупка товаров с использованием мобильного устройства и сканирования ценников, оплата после выбора товаров так же за счет мобильного устройства [4]	- Сканер товаров для клиентов - Онлайн доставка-товаров - Чат-бот «Галя» для ускоренной отмены покупок (Тестирование проекта) - сервис заказа и самовывоза товаров Click & collect [5] - Сервис экспресс-доставки товаров - Сервис бесконтактной оплаты от «Сбера»	- Сканер товаров для клиентов - Онлайн доставка - Таргетация рекламы на сайте - Система распознавания лиц в кассовой зоне для таргетации рекламы на мониторе - Пилотный проект по распознаванию лиц при входе в магазин, для рекламы у прилавков - Механизм предиктивной аналитики (отслеживание покупок по чекам для рекламы в мобильном приложении [6]
Работа с поставками			
	- Электронные товарно-транспортные накладные, сокращающие сроки поставки и логистические расходы - Платформа кросс-докинг (позволяет получить товары в минимальные сроки, напрямую от поставщика без передержек) [4]		
Разработки для сотрудников			
- Обучение по работе с цифровыми сервисами - Отслеживание передвижения в магазинах - Тренинги с использованием технологий виртуальной реальности [3]	- Электронные подписи персонально для сотрудников - Платформа управления мобильными устройствами на торговых объектах TanderStore [4]		
Оптимизация работы предприятия			
- Аналитический портал, где поставщики могут ознакомиться с результатами собственного анализа - Платформа Plug and Play, где специалисты по инновациям обмениваются	- Разработка в программе собственных функций категорийного менеджмента - Цифровая платформа для медийных агентств и брендов при поддержке Microsoft и в партнерстве с Aggregion, - Цифровая форма договоров с	- Внедрение платформы SAP Commerce Cloud [5]	- система IoT кнопки для передачи данных внутри предприятия между сотрудниками [6]

опытом - Мусорные контейнеры с автоматическим контролем заполнения - Разработка линий обратной связи и механизма работы с отзывами - Мобильное приложение для управления складом - система JDA по всему ассортименту - лаборатория по роботизированной автоматизации процессов [3]	поставщиками, сверка документов занимает 2 минуты - система управления складом (WMS) - система голосового управления складскими операциями Pick-by-Voice [4]		
Мерчандайзинг			
- Электронные ценники - Видеомониторинг полочного пространства - Система удаленного контроля и управления качеством фруктов и овощей в магазинах [3]	- Электронные ценники - Видеомониторинг полочного пространства, OSA HP [4]	- система распознавания изображения на базе искусственного интеллекта для отслеживания наличия товаров на полке (тестирование проекта) [5]	- Технологии распознавания планограммы полки - Технология, уменьшающая вероятность отсутствия товара на полке [6]
Работа с онлайн платформами			
- Мобильные приложения (онлайн-супермаркет) для каждой торговой сети с удобными сервисами доставки - Сотрудничество со «Сбером» (Пятерочка) – начисление кэш-бэка в виде бонусов «спасибо» - Сотрудничество с сервисами-агрегаторами скидок, к примеру – сервис «Едадил», QROOTO	- Мобильное приложение торговой сети для онлайн доставки - Сотрудничество с сервисами-агрегаторами скидок, к примеру – сервис «Едадил», QROOTO - Сотрудничество со «Сбером» - Система «Цифровой след» отслеживание действий клиентов в интернете и соц. Сетях	- Мобильное приложение «Ленточка» для доставки товаров - Сотрудничество с сервисами-агрегаторами скидок, к примеру – сервис «Едадил», QROOTO - Платформа на основе искусственного интеллекта обрабатывающая данные из социальных сетей и определяет предпочтения пользователей	- Мобильной приложение для онлайн-доставки
Работа с документацией и информационными данными			
- Тестирование инструментов анализа больших данных	- Проект по внедрению системы электронного документооборота	- Аналитическое решение, позволяющее оперативно работать с	- Работа в системе SAP

собственной разработки - Автоматизация управления ассортиментом. С помощью инструментов, разработанных дирекцией больших данных X5 [3]	- Высокопроизводительная система SAP S/4HANA RETAIL, осуществляющая сквозной товарно-финансовый учет. - Модуль SAP Central Finance объединяющий финансы основных предприятий - SAP HCM для кадрового учета, организационной структуры [4]	огромным объемом данных ритейлера на платформе QlikView, которая анализирует [5]	
Транспортная логистика			
- Автоматизированный онлайн мониторинг состояния грузовых автомобилей, технических характеристик, в том числе уровня топлива, пробега и времени работы охлаждающих - Цифровая трансформация в распределительных центрах – новая АСУС Manhattan - Система управления транспортом и стандартизированы соответствующие процессы управления [3]	- Электронный документооборот в подразделении логистики - Использование электронных накладных для сокращения время обработки документов: с трех дней до трех часов [4]		

Таким образом, проанализировав современные цифровые решения, которые активно применяются в деятельности крупных торговых сетей, по данным годовых отчетов ритейлеров на 2019 год, можно сформулировать выводы по каждой торговой сети в отдельности. Компании X5 Retail Group и ПАО «Магнит» очень активны со стороны внедрения цифровых решений. Данные сети активно практикуют собственные цифровые разработки, цифровые решения задействованы в каждом из наиболее востребованных направлений рабочего процесса. Данные компании стараются максимально удовлетворить пожелания клиентов, усовершенствовав по максимуму сервис для клиентов при использовании новейших цифровых решений, а также

очень внимательно относятся к своим сотрудникам, создавая для них очень комфортные условия работы за счет оптимизации бизнес-процессов и организации различного рода образовательных систем. Направление логистики в данных компаниях так же очень автоматизировано, за счет применения новейших цифровых решений.

ООО «Лента» и ПАО «Дикси Групп» заметно отстают от своих конкурентов по внедрению в деятельность цифровых решений. Возможно это происходит из-за того, что масштабы и доходы данных компаний значительно ниже. ООО «Лента» старается оставаться в тренде и активно запускает тестовые проекты цифровых решений по многим направлениям. ПАО «Дикси Групп» направило все свои мощности в цифровизацию клиентского сервиса, между делом связывая данный сервис с побуждением к покупке. Это можно заметить в системах опознавания клиентов для дальнейшей таргетации рекламы всеми способами, как в торговом зале, так же и через интернет.

Стоит отметить, что наиболее эффективным цифровым решением, применяемым в практике исследуемых ритейлеров, на данный момент, является онлайн торговля. Онлайн торговля происходит благодаря профессионально разработанным сайтам и мобильным приложениям, где покупатель может изучить каталог и заказать доставку товаров. Успех данным компаниям в сфере интернет торговли приносит тот фактор, что данные интернет площадки основаны на базе розничных сетей среднего сегмента, расположенных в городах – миллионниках и располагающими десятью или более супермаркетами [7]. Особенно востребованы технологии онлайн-торговли стали в 2020 году, в период пандемии, так как потребителям было рекомендовано ограничить выходы из дома, онлайн заказы с доставкой стали актуальны. Ранее покупатели были менее расположены к подобному цифровому решению, а за счет возникшей непредвиденной ситуации, появилось доверие к торговле в онлайн формате.

Так как научно-технологический прогресс, с каждым годом набирает серьезные обороты, ритейлерам просто необходимо идти в одну ногу с цифровыми инновациями, для того что бы преодолеть конкурентную борьбу, а самое главное для поддержания интереса и удовлетворения современного потребителя, который с годами становится все более требователен и подвержен влиянию цифровых технологий.

Так же, современные розничные сети уже не могут обходиться без централизованного управления каждым магазином торговой сети, находящимся в территориальной удаленности. Широкий диапазон управленческих процессов, их сложность и многоаспектность в торговых сетях, побуждают разрабатывать управленческие решения на основе цифровых инноваций и внедрять их в практику деятельности торговых сетей [8].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Валеева Ю.С., Цифровизация как фактор ценностно-ориентированного развития услуг розничных торговых сетей / ЭКОНОМИКА И СЕРВИС: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ // Материалы VII Международной научно-практической конференции – 2019 г.

2. Чкалова О.В., Вдовина Ю.А. Инновационное развитие отечественных Торговых сетей в условиях глобализации //Сборник трудов научно-практической и учебной конференции «Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли». Санкт-Петербург, 4-6 июня 2019 года. Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого" (Санкт-Петербург).- 2019.- Ч.3. -С. 480-484.

3. Годовой отчет компании X5 Retail Group – 2019 г. // Режим доступа: https://www.x5.ru/en/Documents/reports/2019/index.html

4. Годовой отчет ПАО «Магнит» - 2019 г. // Режим доступа: http://report2019ru.magnit.com/magnit/annual/2019/gb/Russian/pdf/magnit_ar19_rus.pdf

5. Официальный сайт компании ООО «Лента»: Пресс-центр // Режим доступа: https://lenta.com/o-kompanii/news/

6. Интервью ИТ-директора «Дикси» Владимира Муравьева // Режим доступа: https://www.tadviser.ru/index.php/

7. Чкалова О.В., Копасовская Н.Г., Большакова И.В. Развитие Интернет-торговли продовольственными товарами в регионе // Вестник САМГУПС. Т. 1. № №1(43). 2019. С. 26-31.

8. Чкалова О.В. Торговые сети как детерминанта развития цифровых инноваций //Развитие сферы услуг: стратегии, инновации, компетенции. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Нижний Новгород, 2019. С. 34-38.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СКЛАДСКОЙ ЛОГИСТИКИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Кузьмичева Т.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Складская деятельность является важнейшим элементом логистики не только в России, но и в других странах мира. На современном этапе рынок складского хозяйства динамично развивается, и, как отмечают эксперты, спрос все равно превышает предложение. Все участники товародвижения постоянно нуждаются в качественных складах.

В XX веке в России степень развития и оснащенности складского комплекса зависело от отраслевой принадлежности предприятия. Безусловно, самые технически укомплектованные склады были на предприятиях с военной промышленностью. Несмотря на то, что в послевоенное время постепенно начали появляться технические новшества в виде конвейеров, погрузчиков и т.д., количество ручных операций продолжало быть на уровне не менее 80%. Со временем стала понятна длительность и неэффективность ручного труда, поэтому склады нуждались в более совершенном техническом оснащении.

В начале XXI века с приходом на рынок складирования зарубежных компаний сфера строительства и оснащения складов в России претерпела существенные изменения. Опираясь на опыт зарубежных коллег, российские проектировщики начали разрабатывать новые, современные, технически укомплектованные складские комплексы. Появляются новые программные продукты автоматизации, наблюдается ежегодное увеличение числа складов в стране. Однако тогда и сейчас присутствует существенное отставание складской логистики в России от европейского уровня, поскольку для строительства и оснащения складского комплекса на начальном этапе необходимы значительные материально-ресурсные вложения [5].

Технологические возможности в сфере логистики позволяют компаниям предлагать более широкий спектр товаров в комплексе с высокой скоростью и точностью выполнения заказов, что обостряет конкуренцию.

В настоящее время для решения проблемы оснащенности и соответствия склада высокому уровню, специалисты предлагают создавать складские комплексы по схеме «Built suit», которая предполагает строительство или реконструкцию объекта собственника под нужды конкретного заказчика. Это экономически выгоднее, чем арендовать, купить или построить новый склад.

Активно набирает обороты внедрение на склады программ и систем автоматизации процессов. К таким можно отнести WMS-систему, которая обеспечивает комплексное управление складскими процессами. Подобное новшество позволяет решить сразу несколько задач компании:

- ✓ Систематизация работы склада;
- ✓ Контроль текущего состояния склада;
- ✓ Рациональное использование складских площадей;
- ✓ Автоматизированный учет рабочего времени персонала, что в свою очередь повышает производительность и ответственность за свои действия;

✓ Контроль товаров при приемке и отгрузке, их оптимальное размещение на складе.

Все больше и больше нововведений заимствуется у западных моделей, приближая складскую логистику к европейскому стандарту. Эксперты отмечают, что сфера складской логистики до сих пор является одной из привлекательных для инвестирования. Складские помещения низких классов покидают рынок, а на смену им приходя высокотехнологичные комплексы.

В настоящее время самая крупная логистическая сеть в России сконцентрирована в Московском регионе. Значительная часть складов приходится на Москву и Санкт-Петербург и только 30% - на остальные регионы страны (Рисунок 1) [2].

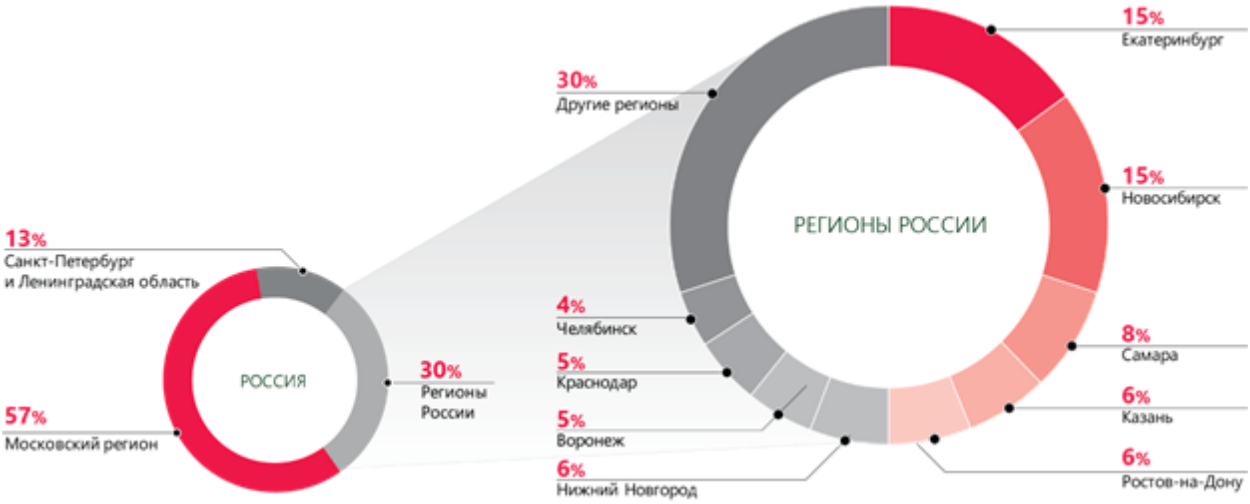


Рисунок 1 - Распределение складских помещений в РФ по территориальному признаку

С каждым годом объем предложения складских площадей в России растет. В таблице 1 представлены индикаторы рынка складской недвижимости за 2 года.

Таблица 1

Индикаторы рынка складской недвижимости в России за 2018-2019 гг.

Показатель	**2018 г.**	**2019 г.**
Общий объем качественного предложения, тыс. м^2	7136	7437
Введено в эксплуатацию, тыс. м^2	350	302

Объем сделок по аренде и покупке, тыс. м^2, в том числе:	439	220
сделки по аренде и покупке в готовых объектах	296	164
сделки по строительству новых объектов	143	56
Доля свободных площадей, %	4,4	4,4
Средневзвешенная запрашиваемая ставка аренды в классе А, руб./м^2/год	3500	3500
Диапазон операционных платежей, руб./м^2/год без НДС	900–1200	900–1200
Диапазон средней запрашиваемой цены продажи сухого склада класса А, руб./м^2 без НДС	35 000–45 000	35 000–45 000

Данные из приведенной выше таблицы показывают, что в то время, как количество сделок на аренду и покупку площадей снизился за указанный период, в целом объем предложения качественных складских помещений увеличился.

Несмотря на явные показатели развития логистики в России, в том числе складской сферы, темпы все равно остаются небольшими в сравнении с другими странами.

Зародившаяся еще в 50-х годах в США идея индивидуального хранения активно распространилась на европейские страны, такие как Франция, германия, Италия, Великобритания и другие.

Индивидуальное хранение или self storage – это формат системы хранения, при которой провайдер на условиях договора хранения выделяет в аренду помещение с отдельным входом, доступ в который имеет только клиент. Складские комплексы подобного формата, стремясь удовлетворить запросы потребителя, стараются быть более клиентоориентированными и легкодоступными, все чаще располагаясь в черте города. Такие склады в большинстве случаев застрахованы и обеспечены централизованной охраной. В таблице 2 представлена статистика количества складов формата self storage в некоторых странах на сегодняшний день.

Таблица 2

Количество складов формата self storage на 2019-2020 гг.

Страна	**Количество складов, ед.**	**Общая площадь, м^2**
США	50 000	200 000 000
Европа (Англия, Италия, Германия, Норвегия, Нидерланды и др.)	3 200	8 700 000
Россия	70	180 900

Безусловно наибольшее количество таких систем хранения насчитывается в Америке. Там, соотношение клиентов составляет 70% - физические лица, 30% - коммерческие компании [6]. В России же данное направление начало развиваться лишь в 2008 году, когда компания KeySpace открыла в Москве первый склад индивидуального хранения [9].

На сегодняшний день российский сегмент self storage представлен в основном в Москве и Санкт-Петербурге, незначительная доля приходится на Казань, Пермь, Красноярск, Екатеринбург, Владивосток и Тюмень. Площадь объектов self storage в России с 2010 года увеличилась с 19 тыс. м^2 до 180,9 тыс. м^2.

Также стоит отметить, что в США, например, важная роль отводится складам общего пользования (СОП) межотраслевого назначения, являющимся по своей сути логистическими центрами. В результате оказываемых ими услуг по хранению, подготовке к отправке и отгрузке продукции расходы клиентов сокращаются в среднем на 15%. Практикуется создание логистическими посредниками совместных с клиентами складских структур. Они могут размещаться непосредственно на территории обслуживаемого предприятия либо образовывать ЛЦ, обслуживающий одновременно несколько предприятий и фирм.

Отличительной особенностью современных зарубежных складов является их техническое оснащение и коммуникации высокого уровня.

В сфере складской недвижимости стран Европы превалирующей тенденцией развития является автоматизация и роботизация процессов. Особенно динамично подобные новации находят применение в ведущих странах Запада, таких как Германия, Франция, Нидерланды.

Говоря об общих проблемах логистического рынка РФ, можно выделить следующий список:

- слаборазвитая логистическая инфраструктура;
- отсутствие квалифицированных специалистов;
- устаревшие технологии и оборудование;
- некомпетентность руководства в вопросах значимости всех элементов логистической цепи, в том числе в области управления складом [7].

Решение этих проблем позволит логистической сфере выйти на новый уровень.

Под развитием логистической инфраструктуры стоит понимать не только строительство складских комплексов и обновление автопарка, а в первую очередь развитие дорожной сети и создание привлекательного инвестиционного климата. Инициатива должна исходить от органов власти субъектов путем создания различных инвестиционных программ и программ развития.

Увеличение инновационности логистического бизнеса, направленной на создание выгод для клиентов, позволит обеспечить необходимые условия поддержания и сохранения бизнеса участников рынка.

Также среди основных сложностей логистической отрасли РФ стоит выделить отсутствие четко сформулированного законодательства. Инвесторы нуждаются в стабильности законов и уверенности, что их вложения защищены. Через законодательство государство может не только снизить количество спорных ситуаций, но и задать направление для развития отрасли [8].

Таким образом, стоит еще раз отметить, что логистическая система, в частности сфера складской логистики, в России по своему развитию отстает

от европейского уровня более чем на 5 лет. В целом можно сказать, что крупные российские логистические компании уже взяли курс на повышение эффективности работы складских комплексов и всей цепочки поставок. Увеличивается спрос на складскую недвижимость, появляются новые программные продукты и оборудование. Автоматизация складских процессов происходит постепенно. Большую роль безусловно играет европейский опыт, на который и идет равнение. Позитивная динамика в сфере складской недвижимости за рубежом и интернализация самого рынка дает возможность транслировать позитивные примеры и в России [1].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Автоматизация процессов становится основным трендом в сфере складской логистики европейских стран [Электронный ресурс].- 2019.- Режим доступа: https://news.ati.su (Дата обращения: 18.05.2020).

2. Анализ рынка складов всех регионов России [Электронный ресурс].- 2018.- Режим доступа: https://zdanie.info (Дата обращения: 19.05.2020).

3. Захаров, К. Что такое self-storage и какие перспективы развития этого рынка существуют в России? [Электронный ресурс]/К. Захаров.-Электрон. журн.- 2020. - Режим доступа: https://rb.ru (Дата обращения: 18.05.2020).

4. Колобкова, В.А., Винник, К.П. Логистика в современном мире: особенности в России и ключевые проблемы/В.А. Колобкова, К.П. Винник//Вестник университета. - 2017.-№2.

5. Макарова, М.В. Перспективы развития складского хозяйства России/ М.В. Макарова//Евразийский союз ученых. - 2015.-№6(15). - с. 98-101.

6. Обзор складов индивидуального хранения за рубежом [Электронный ресурс]. - 2017. - Режим доступа: http://sklad-man.com (Дата обращения: 19.05.2020).

7. Смольянинова, Е.Н. Проблема современной складской логистики в России/ Е.Н. Смольянинова//Азимут научных исследований: экономика и управление.- 2019.-№3(28) том 8.- с.292-294.

8. Хегай, Ю.А. Перспективы и проблемы развития рынка транспортно-логистических услуг/Ю.А. Хегай// Теория и практика общественного развития. – 2014.- №3.

9. Self storage – главный тренд в складской недвижимости: обзор рынка Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. - 2018. - Режим доступа: https://new-retail.ru (Дата обращения: 18.05.2020).

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Малинин П.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Интернет давно стал неотъемлемой частью современного бизнеса и во многом определил тенденции развития многих сфер. Возможности, которые предоставляет современный интернет не ограничивается привычными биржевыми площадками и аукционами. Сегодня в мире все больше становится популярным интернет-магазины, где население покупает продукты, одежду, бытовую технику, автомобили и даже недвижимость через интернет.

Во многих странах электронная торговля становится значительной. Россия находится на активном пути развития цифровых продаж. Мировые продажи автомобилей не менялись более 100 лет. Все это время торговые точки работали по единой модели продаж - покупатель посетил несколько автосалонов, выбрал автомобиль, пообщался с консультантами, прошел тест-драйв и купил автомобиль тратя огромное количество времени.

Актуальность развития автомобильного рынка в современных условиях обусловлена следующим: в настоящее время авторынок испытывает серьезные трудности в связи с коронавирусом. Эпидемия стала одной из главных угроз мировой экономики и финансовых рынков. Это вызвало видимые экономические потрясения в глобальном масштабе, которые будут развиваться и активно проявляться в ближайшие кварталы.

Современные тенденции развития сферы услуг показывают нам, что сегодня для потребителей наиболее привлекательным способом покупки товаров является получение дистанционных услуг. В последнее время в данной сфере услуг явными лидерами являются дистанционное образование и удалённое банковское обслуживание, призванные облегчить жизнь целевому потребителю и сэкономить его время. Предоставление дистанционных услуг, в свою очередь, позволяет компаниям-поставщикам снизить затраты, открыть для себя новые рынки и значительно улучшить качество услуг [1].

Говоря об автомобильном рынке в России, объем онлайн-рынка очень мал, сегмент находится в стадии формирования. В настоящее время он является достаточно классическим в плане предоставления онлайн услуг.

Офисы продаж стали очень дорогими выставочными залами с высокой арендной платой и большим штатом сотрудников, а не торговыми точками. Уход продаж автомобилей в онлайн с номинальным сохранением незначительной доли работников дилерских центров, просто для того, чтобы у покупателя была возможность визуально посмотреть, посидеть в желаемом автомобиле, а затем заключить сделку — процесс достаточно длительный. Эпидемия коронавируса значительно ускоряет этот процесс, который уже начался.

Онлайн продажи с каждым годом набирают популярность и доверие Россиян. Спрос на онлайн-покупки постоянно растет. Теперь даже машину стало возможно приобрести без посещения автосалонов или встреч с частными продавцами [2].

Путь клиента при покупке автомобиля становится многоканальным, что стимулирует расширение присутствия игроков в онлайн.

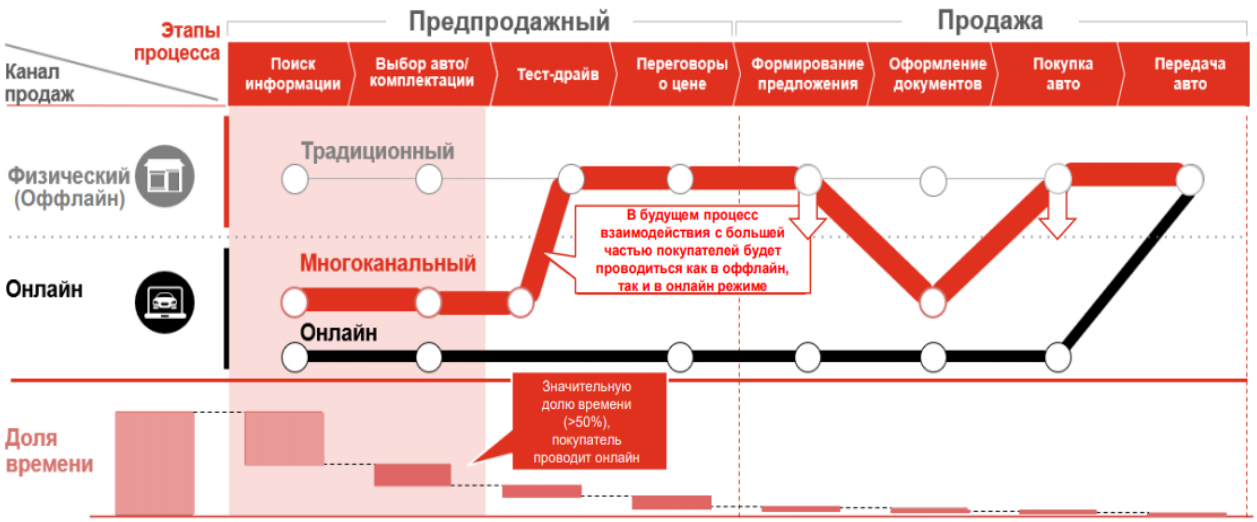


Рисунок 1 - Клиентский путь покупки автомобиля

Множество этапов покупки автомобиля можно реализовать онлайн, а именно:

1. Поиск информации о автомобиле
2. Выбор автомобиля и комплектации
3. Тест-драйв
4. Переговоры о цене, формирование предложения
5. Оформление документов и непосредственно покупка автомобиля

Клиентам нужен «бесшовный» опыт – без потери информации и времени на всех этапах [4].

Машина представляет собой стандартизированный продукт. Все уже знают, что из себя представляет тот или иной автомобиль, так как обо всех типовых моделях имеются не только развернутые данные производителей, но и сотни тестов и отзывов, по которым вполне можно составить личное представление. Поэтому решение о покупке автомобиля через онлайн будет простым. К тому же официальные дилеры подписывают обязательства по гарантийному обслуживанию реализуемых автомобилей.

На практике процедура покупки автомобиля онлайн такая же, как в автосалоне. Основное отличие - это возможность оплачивать покупку картой или со счета прямо из дома, что особенно выгодно для покупателей, поскольку нет необходимости носить с собой большую сумму денег. Договор

подписывается при передаче автомобиля, до этого момента покупатель и онлайн-автосалон связаны публичной офертой. В случае кредита документы для его согласования загружаются на сайт, затем кредитный специалист приезжает к клиенту для подписания договора. Получить машину можно как в дилерском центре, так и с доставкой на дом. Таким образом, можно стать владельцем новой машины, не посещая автосалон, ее доставят прямо к дому.

В то же время онлайн-покупатели будут получать от компании бонусы, с помощью которых они могут затем оплачивать сервисные услуги или автомобильные аксессуары [3].

На мой взгляд в долгосрочной перспективе продажи через интернет позволит дилерам сократить расходы на содержание персонала и создать новые автосалоны. В результате выиграют все - и потребители, и дилеры. Продавцы сократят расходы на персонал и инфраструктуру, что окажет значительное влияние на окончательную цену для покупателей, что чрезвычайно важно в сегодняшних условиях.

В условиях карантина на российском авторынке интернет-продажи могут стать новым каналом продаж для дилеров, привлекая прогрессивную аудиторию покупателей, а также расширяя географию продаж.

Поскольку клиенты уходят в интернет, туда же нужно направлять и маркетинговые бюджеты. В карантине люди больше времени проводят в социальных сетях, поэтому особое внимание уделяйте SMM.

Как автосалону продвигаться во время карантина:

1. Обратите внимание на брендовый трафик в поисковых системах - что видит клиент, вводя название автосалона в Google или Яндекс? Если выпадают чужие сайты, настроить контекстную рекламу по запросам бренда.

2. Зарегистрироваться в Google My Business, чтобы повысить варианты поиска. Добавить в свой профиль фотографии салона, координаты и номер телефонов. Попросить клиентов, которые уже воспользовались услугами автосалона и приобрели автомобиль, оставить отзыв.

3. Обновить дизайн сайта, для привлечения потенциальных покупателей. Во время карантина сайт – главный зал автосалона. Внешний вид и содержание сайта, а также характеристики должны соответствовать высокому уровню компании. Проверить путь, который пройдет потенциальный покупатель – не сложно ли связаться с автосалоном, понятен ли ассортимент, соответствуют ли потребностям клиента уникальные торговые предложения.

4. Не маловажный аспект — это реклама в социальных сетях. Опубликовать пост о новом порядке работы автосалона в карантин о доступных предложениях, потому что во время карантина люди проводят больше времени в социальных сетях.

5. Подстраиваться под условия бесконтактного общения и предлагать новые услуги - просмотр авто «на дом» или «бесконтактный» тест-драйв.

6. Создавать более доступные условия кредита для новых и действующих клиентов.

Очевидно, что сложная эпидемиологическая обстановка продлится еще долго и во многом будет зависеть от ситуации с Covid – 19 и мер предпринимаемых правительством, в том числе мер по выходу из кризиса. Автосалоны, которые будут приспосабливаться с сложившейся ситуации, налаживать онлайн-продажи, потеряют меньше, чем предприятия ожидающие завершения кризиса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кондратьев В.Б. Автопром: Кризис и инновации / В.Б. Кондратьев // Мировая экономика и международные отношения.- 2018. -№ 3. - С.12-21.

2. Позмогов А.И., Гергиев И.Э., Каллагов Б.Р., Бекойты А.Г. Перспективы развития интегрированных корпоративных бизнес-структур в условиях неустойчивости социально-экономических систем. - М.: РУСАЙНС, 2018. - 244 с.

3. Савин А.В. Перспективы развития автомобильной отрасли в России // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 7-2.

– С. 311-316; URL: https://www.applied-research.ru/ru/article/view?id=7015 (дата обращения: 23.11.2020).

4. Перспективы онлайн-продаж автомобилей // [Электронный ресурс]: www.a-souz.ru - Режим доступа: https://a-souz.ru/materials/perspektivy-onlayn-prodazh-avtomobiley/ (дата обращения: 25.11.2020).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОПТИМИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОТОКОВ В ЗАРУБЕЖНЫХ КОМПАНИЯХ

Осипова М.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Известно, что системное изучение зарубежного опыта является одним из важных направлений исследования принципов и механизмов оптимизации логистической системы. В качестве базы исследования на современном этапе развития мировой экономики заслуживают логистические модели стран-лидеров рейтинга LPI.

Индекс эффективности логистики (LPI) - инструмент бенчмаркинга, созданный Всемирным банком с целью помочь странам в определении проблемы и возможности, с которыми они сталкиваются в своей деятельности в области торговой логистики, и то, как они могут оптимизировать в своей деятельности. Он представляет средневзвешенное значение оценок стран по шести ключевым параметрам, которые демонстрируют эффективность перемещения товаров в страну и внутри нее [1, с.2]. Согласно индексу Германия является наиболее эффективной страной, занимающая первое место в списке как в глобальном рейтинге, так и агрегированном (Рисунок 1) [2].

Страна	Ранг LPI	Оценка LPI	Таможня	Инфраструктура	Международные отправления	Логистическая компетентность	Отслеживание и трассировка	Своевременность
Германия	1	4.19	4.09	4.38	3.83	4.26	4.22	4.40
Нидерланды	2	4.07	3.97	4.23	3.76	4.12	4.08	4.30
Швеция	3	4.07	3.95	4.22	3.88	4.04	4.02	4.32
Бельгия	4	4.05	3.74	4.03	3.97	4.10	4.11	4.40
Сингапур	5	4.05	4.00	4.14	3.72	4.08	4.05	4.34
Великобритания	6	4.01	3.85	4.09	3.69	4.04	4.10	4.32
Япония	7	3.99	3.91	4.19	3.61	4.03	4.03	4.24
Австрия	8	3.99	3.71	4.07	3.78	4.04	4.13	4.22
Гонконг, Китай	9	3.96	3.85	4.02	3.85	3.94	3.95	4.18
США	10	3.92	3.76	4.10	3.54	3.93	4.13	4.14

Рисунок 1 – Агрегированный LPI: четыре самых последних выпуска LPI 2012-2018 г.г.

Из рисунка 1 можно выделить следующие три страны:

- Германия – страна-лидер рейтинга LPI;

- Япония – страна-основоположник Lean-технологии или «бережливое» производство, занимающая промежуточное положение в рейтинге;

- США – страна, вошедшая в десятку «лучших», но занимающая последнее место.

Проведем анализ опыта этих стран и определим ключевые факторы успеха по оптимизации, а также обоснуем их расположение в рейтинге (Таблица 1).

Таблица 1

Сравнительная характеристика зарубежного опыта оптимизации

Критерий	Япония	США	Германия
Ориентированность	-человеческие ресурсы; - принцип непрерывной и комплексной оптимизации методов работы;	-цифровизация документооборота; -принцип обратной последовательности (сначала цель и результат, потом реализация мер по их достижению)	-концепция цифрового транспорта
Оптимизация	-определение и анализ проблемы; -создание инструкций;	Оптимизация документооборота (отсутствие обмена печатями, общение через	Включает 4 блока: 1) цифровизация; 2) роботизация производства;

	-адаптация условий труда в зависимости от характера работы.	телефоны и Интернет, электронная подпись); -работа в электронном кабинете	3) автоматизация систем управления; 4) системы автопилотажа.
Инструменты оптимизации	-«Бережливое» производство/ Lean-технологии; -расширение e-ecommerce; -искусственный интеллект	-Lean-технологии; -бенчмаркинг; -тотальный аутсорсинг; -TMS-системы автоматизации	-Lean-технологии; -методы индустрии 4.0; -системы автоматизации TMS; -стандартизация документации
Результат	-улучшение связи между подразделениями	-улучшение связи между подразделениями; -снижение временных и материальных ресурсов компании, ускорение процессов	-улучшение связи между подразделениями -снижение временных и материальных ресурсов компании, ускорение процессов
Пример	Toyota и принцип работы «Just in time»	C.H. Robinson и применение системы Managed TMS	DHL Logistics и устройство Smart Sensor
Недостаток применения для российских предприятий	Сложность применения без адаптации его к российским условиям	Различия в организации труда, документообороте, автоматизации и т.д.	Сложность применения в виду понимания важности и преимуществ данной концепции

Из таблицы 1 видно, что Германия занимает первое место рейтинга благодаря широкому применению цифровых технологий. Япония расширяет рынок электронной торговли и больше внимания, в сравнении, например, с США уделяет внимание повышению производительности труда работников и автоматизации, за счет чего занимает промежуточное положение. США же большую часть работы перекладывает на аусорсинг. Однако целесообразно полагать, что именно применение TMS-систем и аутсорсинга позволило

США получить столь высокий показатель критерия индекса LPI «Отслеживание и трассировка» после Германии, который составляет 4.13, что на 10 единиц больше, чем у Японии, и на 9 меньше немецкого результата. Также стоит заметить, что все страны используют Lean-технологии или «бережливое» производство, основоположником которого является Япония. Например, внедрение философии «Кайдзен» Lean-технологии дало следующие результаты компании «Тойота» [3, с.78]:

а) снижение брака выпускаемой продукции на 90 %;

б) увеличение производительности труда на 83%;

в) сокращение временных издержек на 46 %, а ускорение процессов в 2,5 раза;

г) сокращение запасов ресурсов на 83%.

Результат использования данной технологии на основе опыта зарубежных стран с использованием основных показателей, представлен на рисунке 2.

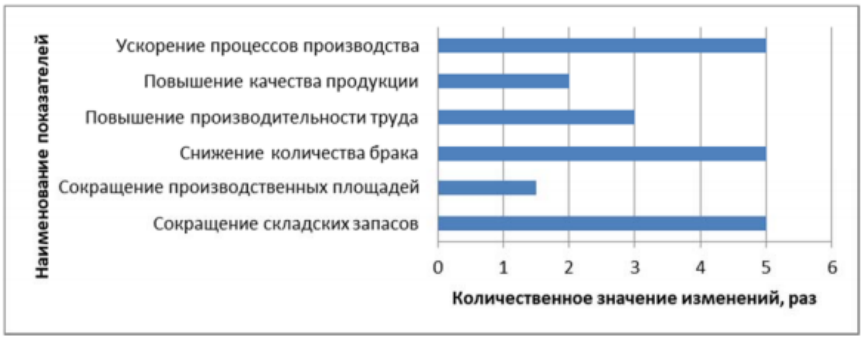


Рисунок 2 – Результаты внедрения «бережливого» производства

Из рисунка 2 мы можем увидеть достижение экономического эффекта за счет оптимизации временных и материальных ресурсов компании с применением Lean-технологии. Кроме этого логистические компании США и Германии также используют в своей деятельности другие технологии, которые далее рассмотрим на примерах.

Ярким примером успешной деятельности в США является компания C.H. Robinson - американский поставщик услуг мультимодальных перевозок Fortune 500 и сторонней логистики (3PL). Как мы видим из таблицы 1, США

является сторонником аутсорсинга. Поэтому оптимизация осуществляется следующим путем передачи управления перевозками глобальной облачной TMS-системе и опытной команде специалистов, сохраняя при этом контроль по выбору перевозчика и над контактами организации, без значительных первоначальных инвестиций. А также используют платформу «Freightquote», которая агрегирует службы доставки, моментально рассчитывает стоимость и помогает быстро заказать доставку и относится к сфере электронной коммерции.

Рассмотрим пример немецкой компании «DHL Express» - агенство логистической организации Deutsche Post DHL, занимающейся перевозками по всему миру около 40 лет. Организация оснащает контейнеры устройством Smart Sensor, которое использует сверхвысокочастотные RFID-метки и встроенные температурные датчики. Это позволяет клиентам отслеживать температурные режимы перевозок и получать предупредительный сигнал в случае их нарушения. Принцип работы бренда: стремление предоставлять отличный сервис, а также дифференцированную политику цен для клиентов с разным уровнем дохода.

Известно, что Германии – лидеру рейтинга LPI принадлежит концепция цифрового транспорта и рассматривается она, как элемент промышленной революции, которая подразумевает наличие высоких требований к системам передачи, идентификации информации и обработки, хранения данных.

Среди инноваций в Германии выделяют четыре направления [4, с.18]. Рассмотрим их подробнее как ключевые факторы успеха зарубежного лидера индустрии 4.0:

1) цифровизация транспортной инфраструктуры и логистических цепочек. Искусственный интеллект и роботизация, интернет вещей (IoT) и многое другое представляют новейшие методы, которые уже становятся частью нашего повседневного существования и представляют индустрию 4.0, где ключевую роль играет полная автоматизация работы, построенной на

принципах «бережливого» производства. Термин «индустрия 4.0» появился в Германии в 2011 году и обозначал технологии «умных» заводов, а также является синонимом Четвертой промышленной революции.

В период четвертой промышленной революции выделяют следующие три глобальные технологические тенденции трансформации производства (Таблица 2) [5, с.9]:

Таблица 2

Технологические тенденции трансформации производства

Тенденция	Сущность
Сетевая интеграция информационных связей между узлами системы	Отвечает за увеличение информативности и обеспечение прозрачности
Интеллектуальные информационные технологии	Отвечает за автоматизацию понимания состояния систем и обеспечивает последующее принятие решений
Гибкая автоматизация	Содержит механизмы реагирования, а также предполагает автоматизацию и дистанционное управление, что актуально, в связи с пандемией короновируса 2020 года

Зарубежный лидер на своей практике доказал успешность использования этих тенденций на основе результатов деятельности, оцененной индексом эффективности логистики (LPI).

Следующим элементом подобной цифровизации является оптимизация логистических цепочек при помощи автоматизированной транспортной системы (АТС), которая обеспечивает автономную реализацию заказа;

2) роботизация производства подразумевает автоматизацию транспортных элементов с помощью роботов-манипуляторов. Они могут выполнять различные операции, например, захват, завинчивание и т.д., что повышает эффективность работы, облегчает работу склада;

3) автоматизация систем управления подразумевает использование технологий, осуществляющих контроль принятия решений. Например,

программные продукты «SAP», обеспечивающие взаимодействие системы планирования и управления материальными потоками по средствам беспроводной связи. Аналогичной оптимизации подвергается процесс учета транспортных средств, мониторинг эффективности пробега, технического состояния автомобилей;

4) системы автопилотажа или платунинг в настоящее время означает одновременное беспилотное движение транспортных средств, соединенных в караван (до 10 автомобилей) по средствам беспроводной (Wi-Fi) связи.

Таким образом, проанализировав принципы работы зарубежных компаний можно выделить следующие ключевые факторы успеха:

- создание новых бизнес-моделей;
- единая информационная среда;
- применение Lean-технологий;
-инвестиции в цифровое производство и электронную коммерцию;
-обеспечение эффективной логистики за счет направления сотрудников на выполнение менее рутинных, автоматизированных задачи, посредством использования облачных TMS-систем;
-автоматизированный документооборот.

На основе анализа зарубежного опыта оптимизации можно сделать следующие выводы:

1) внедрение Lean-технологий позволит, улучшить производственный процесс, достичь высоких финансовых показателей, повысить производительность труда и конкурентоспособность предприятия;

2) применение Lean-технологий происходит по разному сценарию, на который влияет культура страны и особенности организации;

3) оптимизация транспортной системы на микро- и макро-уровне осуществима путем стандартизации, совершенствовании сервисного обслуживания;

4) исследование зарубежных компаний продемонстрировало значимость ИТ и необходимость использования эффективных систем ИТ-поддержки, используя передовые технологии в логистической отрасли.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Hyuksoo C., Jungsun L. Does transportation size matter for competitiveness in the logistics industry? The cases of maritime and air transportation// The Asian Journal of Shipping and Logistics, 2020. https://doi.org/10.1016/j.ajsl.2020.04.002
2. Агрегированный LPI 2012-2018 //The world bank [Электронный ресурс] – URL:https://lpi.worldbank.org/ (дата обращения: 09.11.2020).
3. Лайкер, Джеффри К. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира / Джеффри Лайкер; перевод с английского [Т. Гутман]. - М: Точка, 2018. – 398 с. : ил., табл.; 24 см.; ISBN 978-5-9500208-2-7
4. Меренков, А.О. Индустрия 4.0: немецкий опыт развития цифрового транспорта и логистики / А.О. Меренков // Управление №4 (18), 2017. – С. 17-21.
5. Четвертая промышленная революция // Всемирный экономический форум – [Электронный ресурс] – URL: https://www.weforum.org/whitepapers/fourth-industrial-revolution-beacons-of-technology-and-innovation-in-manufacturing (дата обращения: 10.11.2020).

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРЕМЕНЕНИЯ РОССИЙСКИМИ РИТЕЙЛЕРАМИ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДОСТАВКЕ

Павликова Н.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Торговля во многом зависит от внешних факторов, и 2020 год для российского ритейла стал одним большим фактором для существенных изменений в своей деятельности. После прихода пандемии COVID-19 кардинально изменился мировой рынок в целом. После закрытия границ многих стран, в том числе и России, изменилась логистика, некоторые

товары в ритейлерах пропали с полок. После введения режима самоизоляции закрылись крупные торговые центры, люди начали закупать продукты и товары первой необходимости «впрок», у магазинов появилась новая статья расходов для обеспечения безопасности от заражения для работников и покупателей. Все это отразилось на финансовых результатах ритейлеров по всей России, а в частности и в Нижегородской области.

На сложившемся рынке, казалось бы, «выживет сильнейший», но напротив, появились новые форматы и новые компании, которые способны удовлетворить потребности покупателей в тех или иных продуктах с полным обеспечением безопасности их здоровью. И ключевым форматом торговли в 2020 году стала доставка продуктов на дом. В данном формате уже происходит активное соперничество крупных магазинов, все так же работающих и в обычном формате, и в формате доставки против новичков рынка, специализирующихся на доставке продуктов.

Ритейл как отрасль постоянно трансформируется и внедряет инновации. Если рассмотреть инфраструктуру крупнейших сетевых ритейлеров России, то все произвели масштабную цифровую трансформацию бизнеса и ищут новые ниши для развития и роста. В первую очередь они совершенствуют имеющиеся программные продукты и развивают новые направления, такие как искусственный интеллект, машинное обучение, нейронные сети, роботизация и прочее.

Цифровые тренды российского ритейла в период пандемии стали очень быстро развиваться, помимо доставки можно выделить следующие тенденции:

- Активное развитие «дарксторов» - супермаркетов, без покупателей, которые представляют собой комплекс складских помещений, где собираются заказы для онлайн-магазинов.
- Постоянное совершенствование мобильных приложений ритейлеров с круглосуточной поддержкой покупателей;

- Введение автоматизированных помощников для ускорения документооборота в компаниях;
- Появление большого количества курьерских служб;
- Новые стратегии ритейлеров, направленные на увеличение своей доли в онлайн торговле.

Рассмотрим динамику рынка онлайн продаж продовольственных товаров и товаров повседневного спроса в России с доставкой в период с 2014 года и прогнозами до 2022 года на рисунке 1.

Рисунок 1 - Динамика рынка онлайн продаж продовольственных товаров и товаров повседневного спроса в России, млрд.руб. с НДС [1]

Можно сделать вывод, что ежегодно динамика онлайн продаж увеличивается, ритейлеры улучшают свои торговые онлайн платформы, ускоряют доставку, иногда продукты проще и дешевле заказать онлайн, чем идти в обычный магазин.

Переход классических офлайн-ритейлеров в онлайн режим, требует быстрого и качественного развития от IT-технологий. Каждому игроку нового рынка доставки продуктов требуется информационная база и платформа для качественного контакта с клиентом и удовлетворения его

потребностей. На данный момент происходит активное развитие омниканальности среди ретейлеров, это проявляется в том, что большинство участников рынка интегрируют свои офлайн- и онлайн-каналы продаж.

В первую очередь для организации торговли в режиме онлайн ритейлеры должны создать электронную платформу с удобным интерфейсом и наглядными фотографиями товара, в формате мобильных приложений, а также сайтов. Данные онлайн-магазины должны быть в первую очередь просты в использовании, иметь привлекательный внешний вид, содержать информацию о скидках, а также постоянно пополняться ассортиментом. Для многих покупателей будут важны сроки доставки и информация о стадии доставки заказа.

На данном этапе российские ритейлеры сталкиваются со следующими проблемами использования цифровых технологий в доставке:

- Необходимость срочной разработки сразу качественной онлайн платформы, соответствующей всем запросам потребителей;
- Поиск грамотных IT-специалистов для разработки, запуска и дальнейшего обслуживания онлайн платформы;
- Поиск курьеров, которые смогут работать с данной платформой и осуществлять доставки онлайн заказов в срок;
- Нехватка грамотных специалистов в управлении цифровыми технологиями в доставке;
- Отсутствие достаточной ресурсной базы для конкуренции в формате доставки товаров;
- Правильная реклама новой платформы, которая привлечет покупателей заказывать у конкретного ритейлера.

Уже на данном этапе развития онлайн торговли и доставки от ритейлеров можно сделать вывод, что данный вид торговли даже после снятия всех ограничений из-за эпидемиологической ситуации, продолжит развиваться. Потребитель заинтересован в быстрой и зачастую более выгодной покупкой и доставкой продуктов прямо на дом. Рассмотрим

перспективы применения российскими ритейлерами цифровых технологий в доставке.

- Развитие платформ и приложений для доставки товаров B2B;
- Развитие цифровой логистики с использованием курьерской доставки как от продавца к потребителю, так и в B2B;
- Увеличение количества складов ритейлеров для более быстрой доставки продуктов после заказа онлайн;
- Отслеживание поведения потребителей на онлайн платформах;
- Персонализация обслуживания и доставки (предложения на основе интересов клиента доставка одним курьером, который уже знаком потребителю);
- Рост площадок и проектов с участием нескольких компаний (таких как «Сбермаркет»);
- Конкуренция среди ретейлеров в цифровой среде.

Внедрение IT и производственных технологий изменит и взаимодействие производителя - ритейлера. Старые подходы к продажам и категорийному менеджменту уже не работают. Компаниям понадобятся те люди, которые смогут верно интерпретировать данные, как с одной, так и с другой стороны. Потребуются не «продажники» и закупщики, а аналитики и «ценностники» с развитыми коммуникативными навыками, говорящие на одном языке, с большей взаимной интеграцией [2].

Каждый представитель розничной торговли, как и любых других отраслей бизнеса, стремится к достижению двух главных целей – повышению прибыли и сокращению затрат. Поэтому большинство ритейлеров уделяют максимум внимания в первую очередь работе с потребителями, поскольку именно это направление оказывает прямое влияние на рост прибыли.

Данные, полученные с помощью анализа посетителей через компьютер или мобильные устройства, необходимы для того, чтобы формировать

персонализированные предложения для покупателей, ориентированные на их потребности, и таргетировать рекламу в сети Интернет. Программные решения с функцией определения запросов потребителей помогают компаниям сформировать индивидуальные предложения для конкретных покупателей. Это помогает привлекать больше покупателей в онлайн-магазины и стимулировать рост продаж определенных товарных групп.

Цифровые системы позволяют получать и использовать объективные данные для формирования аналитических отчетов, планирования маркетинговых стратегий. С помощью аналитики можно оценить эффективность новой рекламной кампании или решения и выявить направления, где требуется оптимизация, а также прогнозировать покупательский спрос. Все это поможет сократить расходы, выстроить наиболее эффективную маркетинговую стратегию, повысить качество обслуживания посетителей.

Внедрение современных цифровых решений в сфере розничной торговли дает возможность оптимизировать бизнес-процессы и получать больше необходимой информации, а значит, принимать более рациональные и обоснованные решения и успешно конкурировать на рынке как в обычном режиме, так и в режиме онлайн.

Можно сказать, что ритейл полностью изменился за последний год, крупные игроки рынка меняют мышление сотрудников и покупателей при создании своей цифровой экосистемы с определенными целями и направлениями. В виде схемы можно представить, как эволюционировала торговля в ритейле в результате развития цифровых технологий.

Рисунок 1 – Эволюция торговли в ритейле в результате развития цифровых технологий [5]

Таким образом, можно сделать вывод, что рынок российского ритейла кардинально изменился и уже не будет прежним. Потребители уже оценили удобство интернет-заказов и доставки, поэтому данные сервисы в будущем периоде будут активно развиваться. Возможно будут разработаны еще более перспективные цифровые платформы для доставки, но это все станет новыми инструментами для конкуренции компаний. Можно точно сказать, что доля доставки по сравнению с докризисным временем вырастет. Люди были вынуждены использовать доставку от ритейлеров, но данный сервис им понравился, а это значит, что он будет развиваться в России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анализ российского рынка онлайн-продаж за 2020 год [Электронный ресурс] – URL: https://www.dp.ru/a/2020/02/21/Rossijskij_rinok_onlajn-p (21.11.2020)

2. Обзор ИТ в ретейле [Электронный ресурс] – URL: https://www.cnews.ru/reviews/it_v_ritejle_2020 (20.11.2020)

3. Проблемы внедрения ИТ технологий в российском ритейле https://new-retail.ru/tehnologii/s_kakimi_problemami_mozhet_stolknutsya_riteyl_pri_vnedrenii_tsifrovykh_tekhnologiy4245/ (19.11.2020)

4. Российские ритейлеры и глобальные прогнозы [Электронный ресурс] – URL: https://startpack.ru/articles/20200121-kak-budet-razvivatsya-riteyl-i-fmcg-v-blizhayshie-gody-chast-2 (18.11.2020)

5. Цифровая эра в ритейле Электронный ресурс] – URL: https://www.pwc.ru/ru/publications/digital-era-in-retail-rus.pdf (19.11.2020)

6. Чеглов, В. П. Инновационный ритейл. Организационное лидерство и эффективные технологии : монография / В.П. Чеглов. - 2-е изд., перераб. и доп - М. : ИД «ФОРУМ» : НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 272 с. - ISBN 978-5-8199-0606-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1002074 (дата обращения: 21.11.2020).

РАЗВИТИЕ ОМНИКАНАЛЬНЫХ СИСТЕМ СБЫТА В РОССИЙСКОЙ ТОРГОВЛЕ

Потоцкая П.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Усиливающаяся конкуренция на рынке продовольственных товаров в условия пандемии диктует поиск новых стратегий ведения торгового бизнеса. Доминирующей стратегией роста для большинства торговых стала синергия на основе интеграции офлайн и онлайн каналов продаж.

В этой связи целью данного исследования явилось изучение каналов сбыта самых успешных торговых сетей России в сегменте FMCG (fast moving consumer goods – быстро оборачиваемые потребительские товары).

Задачи работы:

1) выявление 8 лидеров торговых сетей в сегменте FMCG для проведения исследования,

2) определение концентрации рынка России в сегменте FMCG,

3) анализ развития онлайн торговли в торговых сетях.

Информационно-аналитической и эмпирической базой исследования послужили данные Федеральной службы государственной статистики, данные международных и российских исследовательских агентств и компаний Nielsen, «РБК-исследования рынков», ежегодные отчеты торговых сетей. Использованы методы наблюдения, сравнения, описания и измерения; анализ и синтез, индукция и дедукция, обобщение, методы статистического и экономического анализа.

Цифровизация становится глобальным вызовом развития мировой экономики, сопровождающаяся трансформацией всех социально–экономических процессов и формированием новых приоритетов развития. Новые прорывные стратегии выбирают многие лидеры российского рынка. Так, в сегменте FMCG торговые операторы ООО «Тандер» (торговая сеть «Магнит») и X5 Retail Group (торговые сети «Пятерочка», «Перекресток», «Карусель») входят в число 20 крупнейших заказчиков IT– продуктов для развития бизнеса в стране, занимая 15 и 17 места соответственно. По итогам 2019 года доля затрат на IT у X5 Retail Group достигла 15%, объем инвестиций в IT в розничной торговле превысил 124 млрд руб. [7] X5 Retail Group сотрудничает с инновационным центром «Сколково», «Иннополисом». Использование прорывных технологий позволяет удерживаться им в лидерах на протяжении последних 10 лет. Данная тенденция характерна и для многих других торговых сетей, сделавших ставку на цифровые технологии.

В 2019 году около 1,92 миллиарда цифровых покупателей, то есть четверть всех людей в мире совершают покупки в Интернете. В 2015 году цифровых покупателей было только около 0,5 миллиарда. [4]

Объектом исследования в данной работе были крупнейшие федеральные и международные сети в сегменте FMCG (товары повседневного спроса). [8]

Таблица 1

Показатели роста сетевого ритейла FMCG в России, 2015 – 2019 гг.

Позиция торговой сети 2015/2019	Название компании	Доля товарооборота среди 8 крупнейших игроков, %		Доля рынка, %	
		2015 г.	2019 г.	2015 г.	2019 г.
1	2	3	4	5	6
2/1	X5 Retail Group	25,16	29,17	6,2	11,5
1/2	Магнит, ПАО	29,59	36,83	7,2	9,3
3/3	Auchan Group	13,14	8,88	3,1	2,72
4/4	ДИКСИ, ГК	8,47	6,81	2,28	2,09
5/5	Лента, ООО	7,86	6,39	2,45	1,96
6/6	Metro Group	7,15	4,26	1,9	1,31
7/7	О’Кей, ГК	4,99	3,47	1,6	1,06
8/9	Мария–Ра, ГК	2,06	2,06	0,54	0,54
9/8	Красное и белое, ДКБР	1,55	2,13	0,4	0,55

Индекс концентрации четырех и восьми крупнейших сетей в 2015 и 2019 годах:

CR_4 (2015 г.)= 7,2+6,2+3,1+2,45=18,95%

CR_4 (2019 г.)= 11,5+9,3+2,72+2,09= 25,61%

CR_8 (2015 г.) =7,2+6,2+3,1+2,45+2,28+1,9+1,6+0,54= 25,27%

CR_8 (2019 г.) =11,5+9.3+2,72+2,09+1,96+1,31+1,06+0,55=30,49%

Рассчитаем индекс Герфиндаля-Гиршмана (HHI):

$HHI_{верх.}$ (2015 г) $=(6,2)^2+(7,2)^2+(2,45)^2+(2,28)^2+(3,1)^2+(1,9)^2+(1,6)^2+(0,54)^2+(74,73)^2 = 5\,715,65$

$HHI_{нижн.}$ (2015 г) $= (6,2)^2+(7,2)^2+(2,45)^2+(2,28)^2+(3,1)^2+(1,9)^2+(1,6)^2+(0,54)^2 = 116,1$

$HHI_{верх.}$ (2019 г) $=(11,5)^2+(9,3)^2+(2,72)^2+(2,09)^2+(1,96)^2+(1,31)^2+(1,06)^2+(0,55)^2+(70,06)^2 = 5\,134,95$

$HHI_{нижн.}$(2019 г)= $(11,5)^2+(9,3)^2+(2,72)^2+(2,09)^2+(1,96)^2+(1,31)^2+(1,06)^2+(0,55)^2 = 226,54$

Таким образом, проведенный анализ показывает, что концентрация рынка за исследуемый период значительно увеличилась. В настоящее время торговые сети сфокусированы на получении операционной эффективности в каналах электронной коммерции. Темпы роста онлайн торговли в крупнейших продовольственных торговых сетях России показаны в таблице 2 и на рисунке 1. [8]

Таблица 2 – Развитие онлайн торговли

Порядковый номер	Название компании	Доля он-лайн продаж от общего количества продаж компании		Абсолютное изменение доли он-лайн продаж от общего количества	Он-лайн продажи в млрд.руб.		Темп роста объемов он-лайн продаж, %
		2015	2019		2015	2019	
1	Магнит,	2%	8,5%	6,50%	19	119	626,32

	ПАО						
2	X5 Retail Group	6%	27%	21,00%	48	391	814,58
3	Auchan Group	2%	12%	10,00%	7	32	457,14
4	ДИКСИ, ГК	1%	6%	5,00%	3	48	1600,00
5	Лента, ООО	2%	12%	10,00%	5	50	1000,00
6	Metro Group	10%	17%	7,00%	26	36	138,46
7	О’Кей, ГК	3%	13%	10,00%	0,2	21	10500,00
8	Мария-Ра, ГК	1,5%	4%	2,50%	1	4	400,00
9	Красное и белое, ДКБР	0,3%	1,8%	1,50%	0,3	6	2000,00

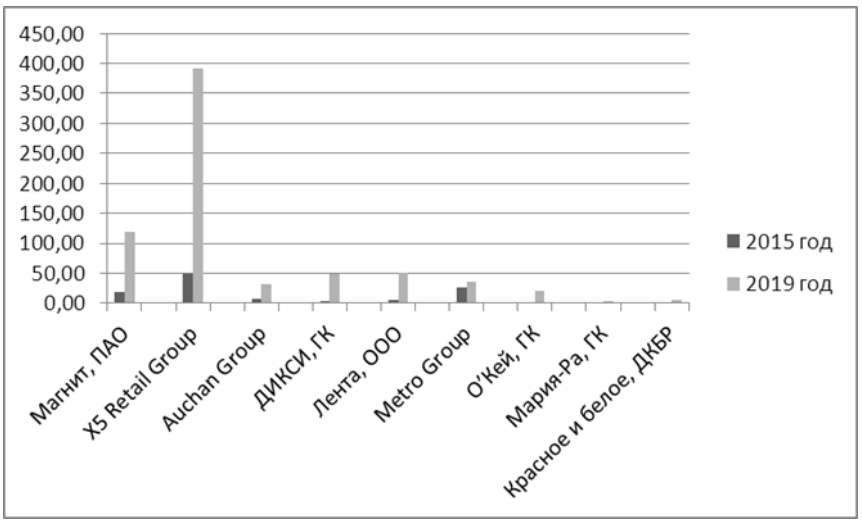


Рисунок 1 - Динамика товарооборота онлайн продаж в 2015, 2019 г., в млрд. руб.

Особенно преуспела в этом процессе X5 Retail Group. Выручка нового формата Perekrestok.ru в 2019 году выросла на 234%.[8] Благодаря такой динамике этот формат занимает лидирующее место среди российских электронных платформ, предлагающих продовольственные товары.

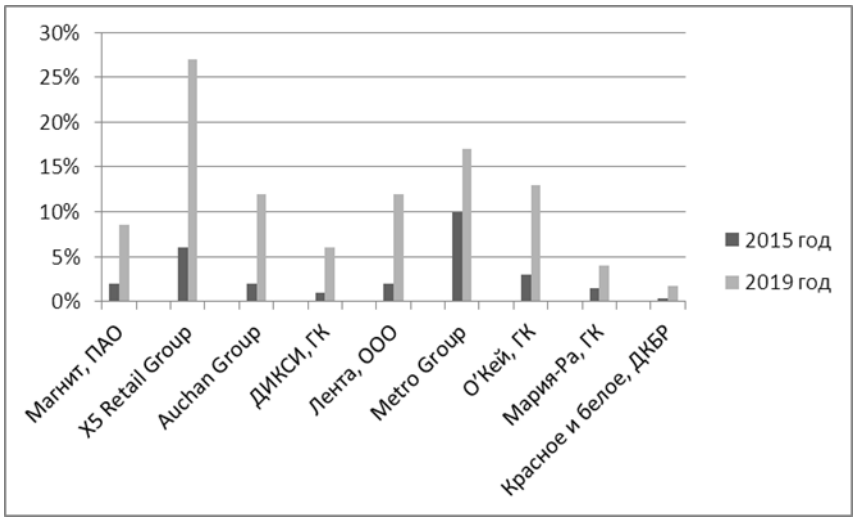


Рисунок 2– Доля онлайн продаж в общем объеме товарооборота 2015, 2019г., %

Средний прирост онлайн торговли за исследуемый период составляет около 20%. Темпы роста онлайн торговли в традиционных магазинных форматах будут еще больше возрастать в условиях нестабильной социально-экономической ситуации. В результате это приведет к трансформации форматов торговых компаний. Первые предвестники эти процессов уже

появились в непродовольственной торговле. Так, торговая сеть H&M уже приступила к трансформировации более 5 тыс. магазинов в логистические хабы для поддержки онлайн-торговли, которые будут осуществлять функции доставки, самовывоза и возврата товаров.

Все эти процессы могут привести к кардиальной трансформации торговых форматов и систем сбыта. Становясь цифровой, розничная торговля уже может осуществлять свои операции в наиболее выгодных для нее местах массового физического присутствия своих клиентов – то есть общественных пространствах. Традиционные форматы могут превратиться в пространства для клиентов, чтобы потрогать и попробовать товар, в то время как точки покупки переместятся в онлайн пространство.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. 10 главных проблем цифрового маркетинга [Электронный ресурс] / Жоан Фалгони. URL: https://therunet.com/articles/923 (дата доступа: 21.11.2020).
2. Багиев, Б.Л., Яненко, М.Б. К вопросу формирования и использования цифровой платформы организации и управления маркетинговой деятельностью фирмы: проблемы и задачи / Б.Л. Багиев, М.Б. Яненко // Проблемы современной экономики. – 2017. - № 6. – С. 76 – 90
3. Инструменты интернет-маркетинга: 11 самых эффективных [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://internet-marketings.ru/instrumenty-internet-marketinga/ (дата доступа: 20.11.2020).
4. Пользователи интернета в мире. URL: http://www.bizhit.ru/index/polzovateli_interneta_v_mire/0-404 (дата обращения 22.11.2020).
5. Чкалова О.В., Копасовская Н.Г., Большакова И.В. Развитие Интернет-торговли продовольственными товарами в регионе // Вестник СамГУПС. Т. 1. № №1(43). 2019. С. 26-31.
6. Чкалова О.В. Торговые сети как детерминанта развития цифровых инноваций //Развитие сферы услуг: стратегии, инновации, компетенции. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. нижний новгород, 2019. С. 34-38. https://elibrary.ru/item.asp?id=38224144
7. Чкалова О.В., Вдовина Ю.А. Развитие лидеров российского ритейла в условиях цифровизации экономики / В сборнике: Инновационная экономика: глобальные

и региональные тренды. Материалы XI Международной научно-практической конференции. Нижний Новгород, 2019. С.408-412

8. Официальные ежегодные отчеты-

URL:https://www.x5.ru/ru/PublishingImages/Pages/Investors/ResultsCentre/X5_Annual_Report_2015_RUS.pdf (дата доступа: 21.11.2020). - X5 Retail Group

9. URL:https://www.x5.ru/ru/PublishingImages/Pages/Investors/ResultsCentre/X5_Annual_Report_2019_RUS.pdf (дата доступа: 21.11.2020). - X5 Retail Group

10. URL: https://www.magnit.com/ru/disclosure/annual-reports/ (дата доступа: 21.11.2020).- ПАО Магнит

11. URL: https://pokolenie-auchan.ru/upload/iblock/12f/Annual-Report-Aushan%20Retail-2015%19_отчет.pdf (дата доступа: 21.11.2020).- Auchan Group

12. URL: https://group.dixy.ru/investoram/info/year-otchets/ (дата доступа: 21.11.2020).- ГК ДИКСИ

13. URL: https://lenta.com/o-kompanii/raskrytie-informatsii/otchyotnost/godovaya/ (дата доступа: 21.11.2020).- ООО Лента

14. URL: https://www.metro-cc.ru/o-kompanii/press-center/rost-prodash (дата доступа: 21.11.2020).- Metro Group

15. URL: https://www.okmarket.ru/about/information-disclosure/godovye-otchety/ (дата доступа: 21.11.2020).- О'Кей, ГК

16. URL: https://www. ooo-proizvodstvenno-kommercheskaya-firma-mariya-ra (дата доступа: 21.11.2020).- Мария-Ра, ГК

17. URL: https:// OOO-KRASNOE-I-BELOE/ (дата доступа: 21.11.2020).- Красное и белое, ДКБР

О ПРОБЛЕМАХ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Рысева П.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Обеспечение всех существующих рынков товарами и услугами в соревновательной форме между различными фирмами приводит людей к осознанию, что роль сбыта в деятельности компании является важнейшим

фактором. Главным приоритетом фирмы является то, чтобы продукт был преподнесен покупателю в лучшем виде, при этом компания должна показать все преимущества своего товара или услуги.

Изменения в экономической среде, связанные с объективным переходом мировой экономики от рынка «продавца» к рынку «покупателя», привели к необходимости переориентации предложения исключительно на удовлетворение потребительского спроса – с минимально возможными затратами постоянно обновлять и регулировать предложение, следуя за всеми текущими и ожидаемыми изменениями спроса; только так можно выживать в конкурентной борьбе и получать устойчивый доход в течение достаточно длительных периодов.

Наиболее эффективная система сбытовой деятельности на данный период времени является основным средством, определяющим результаты и эффективность деятельности того или иного промышленного предприятия.

Понятие «логистическая деятельность» было рассмотрено многими исследователями. Прежде всего, важно рассмотреть данное понятие с точки зрения отечественных исследователей.

В работе Н.А. Нагапетьянца под логистикой понимается, в том числе «планирование, организация и контроль всех видов деятельности по перемещению и складированию, которые обеспечивают прохождение материального и связанного с ним информационного потоков от пункта закупки сырья до пункта конечного потребления» [8]. Именно здесь уже видится тесная связь логистики и сбыта в части доведения материального и информационного потока до конечного потребления.

Говоря о понятии «логистическая деятельность», Канке А.А. в своих работах дает ему следующее определение: «логистическая деятельность – это системная работа в области планирования, контроля и управления транспортировкой, складированием и другими материальными и нематериальными операциями, осуществляемыми в ходе доведения материалов до производства, внутренней переработки материалов, доведения

готовых продуктов до непосредственного покупателя согласно его интересам и актуальным требованиям, а также передачи, хранения и аналитической обработки соответствующей информации о данных процессах» [3]. В данной работе мы также видим тесную связь логистической деятельности в части доведения продукции до покупателей. Важной особенностью данного определения является указание на соответствие интересам и актуальным требованиям.

Сбытовая логистика, по мнению отечественных исследователей [1,2,6], это наука, ориентированная на планирование, контроль и управление операциями, которые происходят на этапе перемещения произведенной продукции от производителя к потребителю, и главной целью которой является транспортировка готовых товаров в определенное место в нужное время, при этом с минимальными затратами. В энциклопедическом словаре данное понятие определяется как раздел логистики, выявляющий законы и закономерности распределения, а также их использующий.

Эффективность сбыта и его обеспечения логистической деятельностью в значительной степени определяется качеством стратегического планирования, которое задает ключевые направления и инструменты сбыта и его обеспечения логистической деятельностью [5,6].

Стоит заметить, что особую значимость в системе стратегического планирования также имеет оперативное планирование, поскольку оно является заключительным этапом логистической стратегии производственных предприятий. Итоговой целью оперативного планирования можно назвать решение вопросов бизнес-процессов частного характера, включая, при этом, определенные планы в логистических процедурах, операциях и цепях [1,4].

Под понятием «логистическая стратегия сбытовой деятельности» можно представить длительное, высококачественное направление развития сбытовой логистики, которое, в свою очередь, касается форм и средств ее реализации в предприятии, многофункциональной координации и

интегрирования, определенное руководством данного предприятия применительно к поставленным целям [4]. Сбытовая деятельность в стратегическом плане должна коррелировать с фазами развития логистики, включая распределительную. Первая фаза логистики представляет собой адаптацию к внезапным вариациям спроса. Вторая фаза развития логистики включает взаимодействие складского хозяйства и транспорта с производственным предприятием, что, тем самым, поспособствует оперативному реагированию на различные изменения внешней и внутренней среды, модернизации технических средств и понижению сроков реализации определенных заказов. К третьей фазе относятся все ключевые игроки логистической цепи – поставщики сырья, само производственное предприятие, оптовые и розничные представители. К ключевым моментам четвертой фазы относятся решение конфликтных моментов в структуре производственного предприятия, стратегическое планирование, а также оценка деятельности самой системы предприятия в соответствии с международными стандартами [2].

Особенно актуальными вопросы сбыта современного предприятия и его эффективного обеспечения логистической деятельностью являются в металлургической промышленности (исследуемой в нашей магистерской диссертации). Это определяется олигополистической структурой рынка, высокой конкуренцией. Кроме того, в соответствии с нашими исследованиями и аналитической статистикой [7] металлургическая отрасль является в значительной степени экспортоориентированной, а, следовательно, предприятия металлургии конкурируют как в российском, так и в глобальном масштабе. В условиях схожести продукции, производимой на предприятиях именно эффективная сбытовая стратегия, заключающаяся в поиске оптимальных каналов сбыта, производстве продукции с учетом инноваций, эффективная работа в ходе тендерных процедур является залогом развития металлургического предприятия. Также особенностями рынка металлургии является его достаточная устойчивость и некоторые тенденции

роста. Так, по информации Федеральной службы реализация продукции металлургического производства в период с 2017 по 2019 годы составила 5166, 6100, 6510 млрд. руб. соответственно. Следовательно, в текущих ценах виден устойчивый рост, однако, анализ показателя индекса производства показывает не столь высокие темпы развития: 105,2%, 100,6%, 101,6% (2107-2019 годы соответственно). О повышении производительности труда и внедрении инновационных методов управления в металлургическом производстве говорит его рост при устойчивом сокращении численности занятых, которая составила в 2017-2019 годах соответственно 551,6 тыс. чел., 467,1 тыс. чел., 456,3 тыс. чел. [9]. Таким образом, следует сделать вывод, что повышение эффективности логистической деятельности может обеспечить дальнейший рост производительности, снижение удельных издержек и, следовательно, предоставлять возможность снижения цен на продукцию, в том числе в ходе тендерных процедур. Это повысит эффективность сбыта металлургического предприятия. Тем более, продукция металлургического производства зачастую поставляется на значительные расстояния, включая зарубежные страны, следовательно, эффективная транспортная логистика также будет оказывать влияние на общую стоимость заключаемых контрактов.

В последнее время отечественная металлургическая промышленность значительно увеличила ассортимент производимой продукции. Также были увеличены ее объемы и повышено качество. Данные факты расцениваются нами как свидетельство весомой роли маркетинга и сбыта, которые дают основания для совершенствования продукции и ассортимента. Повышение эффективности производственной логистики и применение инноваций в современных условиях обеспечили сокращение расхода стали на тонну металлопроката. По данным показателям отечественные предприятия не отстают от мировых лидеров [6].

Особенностью потребительского поведения в металлургическом производстве является то, что основными покупателями продукции данной

отрасли являются достаточно крупные предприятия (предприятия машиностроения, станкостроения, приборостроения, Российские железные дороги). Особое внимание клиенты обращают на сроки изготовления продукции, форму оплаты (существуют рассрочки, кредиты и временами выгодные предложения), а самое главное – высокое качество изготавливаемой продукции. Исследуемое нами предприятие АО «Выксунский Металлургический Завод» (АО «ВМЗ») - крупнейший отечественный производитель стальных сварных труб и железнодорожных колес, осуществляет как прямой сбыт (в Соединенные Штаты Америки), а также через официальных дилеров: VIA Cargo (Польша), Kedra (Сербия), Slovakia Trend (Словакия), Hungarex (Венгрия). Через посредников АО «ВМЗ» отпускает около 6% изготавливаемой продукции.

Говоря об особенностях сбыта, следует отметить его тесную связь с конкуренцией в отрасли, которая, как было отмечено выше, весьма высока. Основными конкурентами АО «ВМЗ» являются ПАО «Северсталь» и «Трубная Металлургическая Компания». Многие компании стремятся занять лидирующие позиции не только в стране, но и в мире, а также быть и оставаться конкурентоспособными, применяя различные рыночные стратегии и внося на рассмотрение инициативы, позволяющие визуально проектировать свои преимущества при устойчивой конкуренции. В качестве тех самых преимуществ, предприятиями могут использоваться следующие подходы:

1) Маркетинговые подходы обеспечивают приемлемую ценовую политику предприятия, расширение точек торговли не только в пределах страны, но и за пределами с большей доступностью для потенциальных покупателей, расширение позиций в ассортименте. В данном случае мы видим высокий потенциал применения инновационных методов распределительной логистики, активное использование логистического аутсорсинга, который может обеспечить эффективную организацию цепей поставок и распределения (4PL операторы).

2) Логистические подходы в большей мере связаны с поддержанием оптимального количества товаров, находящихся в доступе, расширением спектра транспортных услуг и повышения уровня логистического сервиса за счет эффективной организации бизнес-процессов.

Для выработки стратегических приоритетов сбыта и логистики эффективным методом является SWOT-анализ. Проведение SWOT-анализа выявило направление деятельности, которое может быть одним из приоритетных для эффективного сбыта и на которое также значительное влияние оказывает организация логистики – эффективное участие в тендерных процедурах, работая с ведущими компаниями России и мира. В настоящее время проведенный анализ функционирования предприятия и его документации показал, что деятельность АО «ВМЗ» в области распределения и сбыта своей продукции подчинена следующим целям: обеспечение своевременной и качественной доставки железнодорожных колес и трубопрокатных изделий, которые полностью соответствуют ожиданиям потребителей и направлениям их развития; способствование привлечению внимания новых потребителей продукцией АО «ВМЗ». Также SWOT-анализ показал, что важнейшим фактором, который влияет на сбыт АО «ВМЗ», является воздействие внешней среды, так как то или иное предприятие совершает свою сбытовую деятельность в рамках некоторой экономической ситуации, сложившейся в мире. На сегодняшний день АО «ВМЗ» столкнулось с решением проблемы, связанной, непосредственно, с рынком сбыта - с непростой ситуацией (пандемией), происходящей не только на территории России, но и в мире. Общий спад в российской экономике, который прогнозируется в 2020 году на уровне 4-5% также снижает спрос на продукцию предприятия, при этом в ряде западных стран спад может быть еще более глубоким, например, в районе 10%. Следовательно, важным направлением совершенствования сбытовой деятельности для предприятия можно назвать дальнейшую диверсификацию деятельности и повышение качества продукции, применение инновационных технологий и

оборудования для роста качества, снижения себестоимости и, следовательно, отпускных цен на продукцию. При этом логистическая деятельность, в том числе ее оптимизация, включая аутсорсинг, могут снизить издержки предприятия, в том числе связанные с обеспечением функционирования собственного обширного транспортного хозяйства. Далее, нами предлагается проникновение на новые рынки сбыта, в том числе путем создания собственных подразделения сбыта в странах, а также используя услуги большего количества посредников. При выборе одного из вариантов проникновения на новые рынки нужно правильно их исследовать, имея на них постоянных представителей, которые сотрудничают с компанией и знают производимую ей продукцию.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гаджинский, А. М. Проектирование товаропроводящих систем на основе логистики : учебник / А. М. Гаджинский. — 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 322 с. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1093203 (дата обращения: 20.11.2020).
2. Дыбская В.В., Сверчков П.А. Подход к проектированию рациональной сети распределения сетевой розничной торговли // Логистика и управление цепями поставок. – 2015. – №1. – с. 44-59.
3. Канке А.А, Кошевая И.П. Основы логистики. Учебное пособие. 2013. С.-34.
4. Осташенская О.А. Формирование элементов логистических стратегий распределения товаров. Авт. Дис. Иркутск: БГУЭП. 2005.
5. Охотников И., Сибирко И. Системный подход как методологическая основа управления логистическими бизнес-процессами в цепях поставок. // Логистика №6. 2014.
6. Лунева В.Ю., Трунева А.О. Пути усовершенствования сбытовой деятельности на примере предприятия металлургической отрасли. // 2019. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=39186382
7. Металлургия. Аналитическая справка. М.: ВНИИ Труда. – 2019. – 92 с. - Текст: электронный. - URL: https://spravochnik.rosmintrud.ru/storage/app/media/Metallupgiya_2019.pdf (Дата обращения: 10.11.20).

8. Коммерческая логистика: учебное пособие / под общ. ред. Н.А. Нагапетьянца. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 259 с. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1064902 (дата обращения: 21.11.2020).

9. Россия в цифрах. 2020: Крат.стат.сб./Росстат - М., Р76 2020 – 550 с. – Текст: электронный. - URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/GOyirKPV/Rus_2020.pdf (дата обращения: 15.11.20)

ПЛАНИРОВАНИЕ ЗАКУПОК СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ТЕХНИКИ В ДИЛЕРСКОЙ СЕТИ

Фатенкова А.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Процессы, связанные с закупкой сельскохозяйственной техники отечественного и зарубежного производства, представляют собой одну из сфер экономического оборота, обладающих особой значимостью, с точки зрения эффективного функционирования экономики. В то же время, планирование закупок выступает связующим звеном между клиентом и производителем. От того, как происходит планирование закупок дилером зависит не только экономический результат от оборота денежных средств, что само по себе очень важно, но и состояние конкурентной среды, а также перспективы увеличения дилерской территории.

На этапе закупок необходимо определить возможность реализации идеи развития дилерской сети с точки зрения возможности обеспечения клиентов востребованными единицами техники и запасными частями, а также провести анализ возможности введения на рынок инновационной продукции.

В данной статье проанализирована компания ООО «Агротрейд». Сферой деятельности предприятия является продажа сельскохозяйственной

техники, систем орошения, упаковочного и вентиляционного оборудования, а также запасных частей и осуществление послепродажного обслуживания. Компания на рынке более двадцати лет, в нише торговцев этого рынка имеет средний рейтинг. Владеет крупными складскими объектами в двух городах, предоставляет сервисные услуги. ООО «Агротрейд» имеет крупных постоянных клиентов, коммерческая деятельность распространена по всей территории Российской Федерации.

Закупки планируются с целью обеспечения процесса продаж и для поддержания заданного уровня складских запасов. Закупочная деятельность компании осуществляется на основании плана продаж, что иллюстрирует рисунок 1.

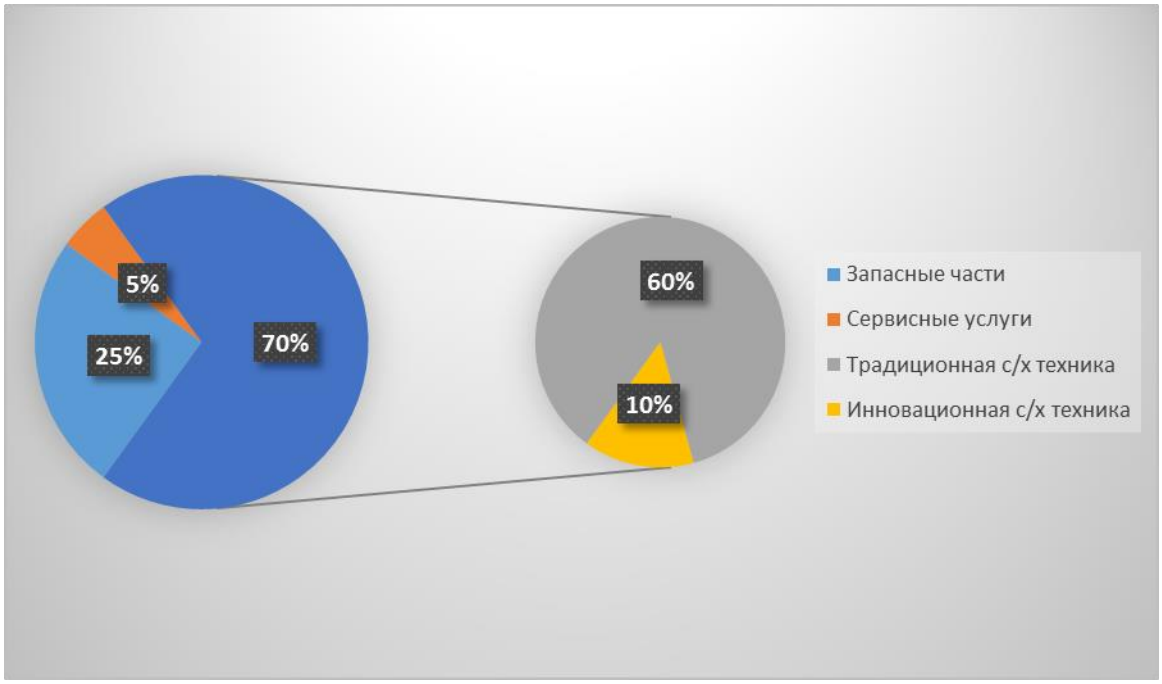


Рисунок 1 - Структура продаж на основе плана продаж ООО «Агротрейд».

Величина продаж зависит от платежеспособности клиентов, что также определяется производительностью реализуемой техники. Соответственно, чтобы увеличить производительность необходимо более результативное внедрение инновационных технологий в сферу сельского хозяйства.

Планирование закупок является одним из важнейших аспектов организации эффективной работы дилерской сети и одним из наиболее результативных способов снижения издержек. Являясь органической частью

процесса управления предприятием, планирование закупок задает параметры и основные направления будущего развития организации.

При составлении плана закупок компании необходимо учесть внедрение инновационных решений и продукции в практику для увеличения конкурентоспособности на рынке сельскохозяйственной техники. Для этого следует ответить на вопрос: что планируется продавать? Является ли этот продукт инновационным?

При выборе инновационной продукции предлагаю воспользоваться моделью анализа иерархий (AHP-модель). Модель анализа иерархий (AHP-модель) представляет собой MCDM-модель, основанную на принятии решения путем анализа целого перечня критериев, позволяя ответственному закупщику оценить весовые коэффициенты, исходя из степени их важности по отношению к принимаемому решению и степень, в которой каждая альтернатива удовлетворяет заданным критериям [1]. Сначала необходимо определить критерии оценки продукции (рис. 2).

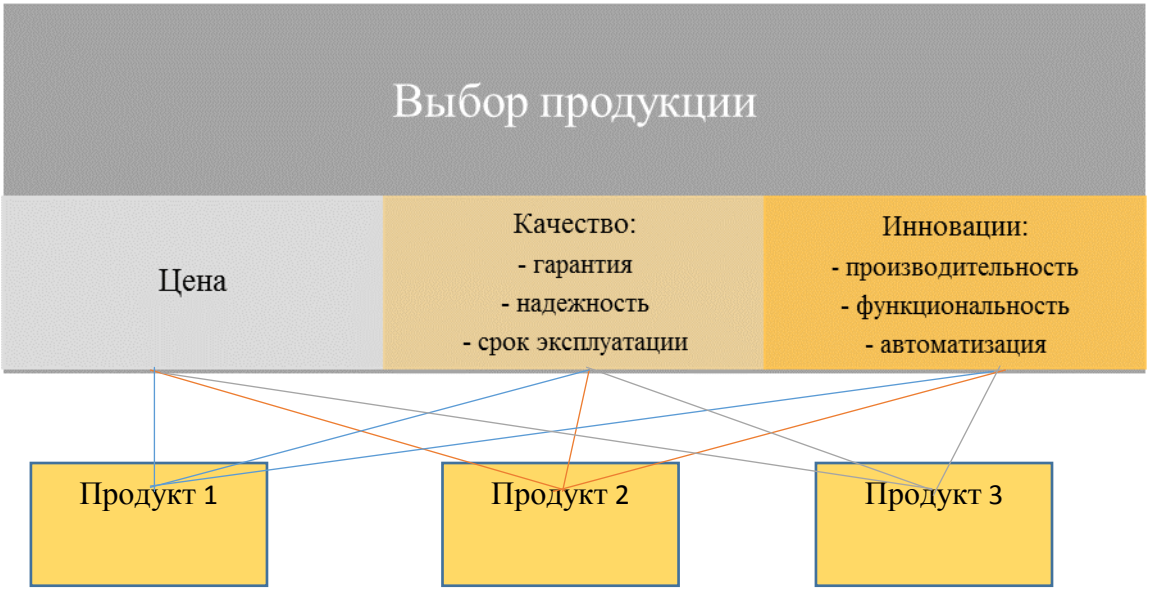


Рис.2. Критерии оценки продукции

AHP-модель имеет кластерную структуру, что позволяет разбить большую задачу на ряд малых самостоятельных задач. Для решения этих задач можно привлечь специалистов, работающих независимо друг от друга над локальными задачами. Специалисты могут ничего не знать о характере

принимаемого решения, что способствует сохранению объективности полученных оценок.

Далее осуществляется построение матрицы попарных сравнений, где: 1- одинаково важны, 3 – незначительно важны, 5 – значительно важны, 7 – сильно важны, 9 – очень сильно важны (2,6,4,8 – промежуточные значения), что демонстрирует табл. 1.

Таблица 1

Матрица попарных сравнений

Критерии	**Цена**	**Качество**	**Инновации**
Цена	1	1/4	1/5
Качество	4	1	1/3
Инновации	5	3	1
Итого	10	4.25	1.53

Следующим этапом является расчет относительной силы критериев, что отражено в таблице 2.

Таблица 2

Расчет относительной силы критериев

Критерии	**Цена**	**Качество**	**Инновации**	**Сила критериев**
Цена	0.10	0.06	0.13	0.10
Качество	0.40	0.24	0.22	0.28
Инновации	0.50	0.71	0.65	0.62

Данные рассчитываются путем деления каждого значения из таблицы 1 на значение «Итого». Значения в столбце «Сила критерия» рассчитываются как среднее арифметическое значение по строке.

Метод анализа иерархий позволяет учесть отсутствие общих правил для формирования модели принятия решения с помощью построения дополнительной модели для согласования различных мнений, посредством определения их приоритетов.

Следующий шаг – сравнить каждый продукт в разрезе каждого рассматриваемого критерия. Допустим, что продукт 1 (A) наиболее инновационен, продукт 2 (B) имеет преимущество в качестве, продукт 3 (C) имеет наиболее выгодную цену (табл. 3).

Таблица 3

Оценка приоритетов

	Часть 1			**Часть 2**			
Цена	A	B	C	A	B	C	Вес
A	1.00	0.33	0.20	0.11	0.06	0.14	0.10
B	3.00	1.00	0.25	0.33	0.19	0.17	0.23
C	5.00	4.00	1.00	0.56	0.75	0.69	0.67
Итого	9.00	5.33	1.45	1.00	1.00	1.00	
Качество							
A	1.00	0.20	3.00	0.16	0.15	0.23	0.18
B	5.00	1.00	9.00	0.79	0.76	0.69	0.75
C	0.33	0.11	1.00	0.05	0.08	0.08	0.07
Итого	6.33	1.31	13.00	1.00	1.00	1.00	
Инновации							
A	1.00	9.00	2.00	0.62	0.90	0.25	0.59
B	0.11	1.00	5.00	0.07	0.10	0.63	0.26
C	0.50	0.00	1.00	0.31	0.00	0.13	0.15
Итого	1.61	10.00	8.00	1.00	1.00	1.00	

Значения A, B, C в части 1 заполняются аналогично таблице 1; значения A, B, C в части 2 рассчитываются аналогично таблице 2; столбец «Вес» рассчитывается как среднее арифметическое по строке A, B, C в части 2.

Финальный шаг в AHP-модели – расчет рейтинга для каждого продукта (табл. 4).

Таблица 4

Рейтинг продуктов

	Цена	**Качество**	**Инновации**	**Рейтинг**
A	0.01	0.05	0.37	0.43
B	0.02	0.21	0.16	0.40
C	0.06	0.02	0.09	0.17

Данные рассчитываются путем перемножения значений столбца «Сила критериев» таблицы 2 и соответствующих значений столбца «Вес» таблицы 3; столбец «Рейтинг» рассчитывается как среднее арифметическое по строке.

Согласно результатам вычислений, продукт 1 имеет самый высокий рейтинг – 0.43; продукт 2 - на втором месте с рейтингом 0.40; продукт 3 имеет самый низкий рейтинг – 0.17.

Из проведенного анализа можно сделать вывод, что AHP-модель способна служить инструментом, улучшающим планирование закупок продукции для компании ООО «Агротрейд». Пошаговый алгоритм модели объединяет данные в управляемые части. Преимуществом данного инструмента является то, что он является универсальным, так как схема его применения не зависит от сферы деятельности, в которой принимается решение, а количество процедур расчета рейтингов не ограничено.

Недостаток инструмента состоит в трудоемкости процесса формирования структуры модели принятия решения, что можно компенсировать использованием прикладных программных продуктов, таких как SuperDecisions, Expert Choice, MPRIORITY [3].

Научная новизна проведенного исследования состоит в том, что компания ООО «Агротрейд», ранее уделявшая мало внимания закупкам инновационных продуктов, с помощью апробации данного инструмента способна улучшать и корректировать план закупок в пользу инновационных видов продукции и технологий. Кроме этого, компания может подбирать критерии оценки согласно потребностям клиента, в дальнейшем выстраивая индивидуальный план закупок, тем самым повышая лояльность

потребителей. Также AHP-модель дает не только способ выявления наиболее предпочтительного решения, но и позволяет количественно выразить степень предпочтительности посредством рейтингования. Это способствует полному и адекватному выявлению предпочтений лица, принимающего решение. Кроме того, оценка меры противоречивости использованных данных позволяет установить степень доверия к полученному результату.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Баженов Р.И. О методике преподавания метода анализа иерархий в курсе «Информационная безопасность и защита информации» [Электронный ресурс] // Современные научные исследования и инновации. 2014. № 4. Ч. 2. URL: http://web.snauka.ru/issues/2014/04/33202 - (дата обращения: 20.11.2020).

2. Линдерс Р. Майкл. Управление закупками и поставками: учебник /

М.Р. Линдерс, Ф, Джонсон, А.Е. Флинн, Г. Фирон. [Текст] М.: Юнити-Дана, 2017. 752 с.

3. Программные системы поддержки принятия оптимальных решений: сайт [Электронный ресурс] / Ю. А. Сушков, А. Ш. Абакаров – М.: Tomakechoice.com, 2010. – URL: http://tomakechoice.com - (дата обращения 20.11.2020).

Секция 9. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И КОМПЬЮТЕРНЫЕ МОДЕЛИ И МЕТОДЫ В БИЗНЕС-АНАЛИТИКЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

ЦИФРОВИЗАЦИЯ БИЗНЕСА: ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ТРЕНДЫ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19.

Бубнышева А.П.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность проблемы цифровизации бизнеса обусловлена ее своевременностью в период пандемии COVID-19 и мировым масштабом.

Пандемия коронавируса оказала огромное влияние на мировую экономику. В связи с введением карантина многие компании и предприятия были вынуждены временно закрыться или перейти в онлайн-формат. На данный момент многие эксперты, да и сами владельцы предприятий уверены, что последствия пандемии имеют долгосрочный характер, поэтому перед бизнесом стоит вопрос: «Что делать?».

Для оценки степени влияния коронавируса на бизнес в России в августе 2020 года «РБК Исследования рынков» провели опрос экспертов (150 компаний из 5 разных сегментов рынка). Результаты были следующими [1, с. 3-4]:

- 62% опрошенных считают, что их компания ощутила на себе негативное влияние пандемии COVID-19;
- 21% тоже почувствовали на себе позитивное влияние пандемии;
- 5% не ощутили никакого влияния;
- 11% предпочли не отвечать.

Основными проблемами для бизнеса в России из-за пандемии стали [1, с. 5]:

- Падение спроса покупателей;
- Снижение курса рубля:
- Ограничительные меры по работе компаний / перемещению сотрудников из-за COVID-19;
- Убытки в следующем налоговом периоде;
- Необходимость сокращения персонала или расходов на фонд оплаты труда;
- Проблемы с арендой помещений;
- Вероятный срыв обязательств по выплате налогов в бюджет.

Что же можно сказать о зарубежных странах? Рассмотрим их проблемы [2]:

- Негативное воздействие на некоторые цифровые платформы (сюда относятся сервисы, связанные с перевозками (Uber, Lyft, Didi, Chuxing), и сервисы по аренде жилья (Airbnb, Booking.com)).
- Изменение потребительских привычек (пример США: рост онлайн-продаж в сфере доставки еды, кормов для домашних животных и медицинских товаров, в частности антисептики для рук и антибактериальное мыло; рост активности пользователей, на стриминговые сервисы (Netflix, HBO, Youtube и др)).

Таким образом, в сложившейся ситуации, когда ежедневно количество заболевших COVID-19 растет огромными темпами, очевидно, что восстановление экономики затянется на большой период. Помочь в данной ситуации может лишь внедрение новых инновационных технологий и новых способов ведения бизнеса.

Российский бизнес, как и весь остальной мир, в условиях пандемии вынужден адаптироваться к новым условиям. Каждый сегмент рынка использует свои методы, которые необходимо рассмотреть, чтобы понимать,

как кризис влияет «сейчас», именно в реальном мире, на реальном производстве.

Рассмотрим 3 известных российских бренда из разных областей и их способы пережить пандемию: Befree, Natura Siberica («Натура Сиберика») и М.видео.

Befree – это российский бренд, специализирующийся на производстве мужской и женской одежды, обуви и аксессуаров. В условиях пандемии и самоизоляции компания Befree использует помощь государства для ведения своего бизнеса, которая заключается в [3]:

- получении зарплатного кредита – это льготный кредит с нулевой процентной ставкой на первые полгода и 4% на вторые полгода.
- получении коммерческого кредита с льготной кредитной ставкой на пополнение оборотных средств и кредита для сохранения рабочих мест (т.е. если предприятие сохраняет 90% и выше рабочих мест в течение года по сравнению с 1 июня, то этот кредит может быть списан).

Также большим плюсом компании Befree стала выручка онлайн-магазина бренда, которая составила 35% на июль 2020 года (в июле прошлого года этот показатель составлял 20%).

Natura Siberica («Натура Сиберика) — российская косметическая компания, которая производит натуральную и органическую косметику. В условиях настоящего кризиса компания принимает следующие меры [4]:

- Сокращение «людей, которые являются балластом». Необходимо избавиться от мнимых специалистов, чтобы сократить расходы на пункты, не приносящие никакой пользы, и вложить их в увеличение производства.
- Переброс ассортимента в онлайн (WildBerries, OZON, 4fresh), что привело к увеличению онлайн-продаж в 7 раз.
- Работа с блогерами (проект в рамках бренда Organic Kitchen) – совместные разработки новых продуктов и их реклама в интернете.
- Производство санитайзеров и антибактериальных мыл.

- Оформление кредитов в Сбербанке для увеличения производства.
- Производство «необычных товаров, у которых нет конкуренции» – к примеру, серия «СПА на дому».
- Ставка на дешевые товары – все новые разработки на 35-40% дешевле, чем прошлые.

М.видео – это российская торговая сеть по продаже бытовой техники и электроники. М.видео были предприняты следующие действия [5]:

- Ориентация на онлайн способ ведения бизнеса.
- Формирование финансовых запасов в достаточном объеме, чтобы справиться с непредвиденными ситуациями в среднесрочной перспективе.

Таким образом, проанализировав меры, принятые рассмотренными компаниями в период самоизоляции, можно сделать вывод, что цифровизация бизнеса (переход в онлайн) – самый необходимый и перспективный способ ведения бизнеса в настоящий момент.

Весной 2020 года бизнес «очнулся» и приступил к решительным мерам по устранению своего бедственного положения. Для этого разные отрасли применяют новейшие средства и разработки и в первую очередь в сфере информационных технологий. Это происходит как в России, так и во всем мире. Приведем примеры [6].

Компания «Азбука Вкуса» (в сотрудничестве с компанией «Сбербанк» и платежной системой «VISA») запустила магазин с зоной Take&Go: для совершения покупок покупатель должен привязать свою банковскую карту к мобильному приложению Take&Go.

Торговые сети «Пятерочка», «Перекресток», «Слата» (Иркутск) выпустили в своих магазинах кассы самообслуживания собственных разработок.

Торговая сеть «Магнит» открыла пилотный магазин формата «у дома» с бесплатным Wi-Fi, кассой самообслуживания и парковкой для собак. Торговая точка оборудована системой проведения оплаты через

сканирование лица и портативными сканерами, позволяющими выполнить «цифровой трансфер» покупок в базу данных кассы самообслуживания.

Компания «KFC» открыла экспериментальный ресторан формата «без касс и продавцов» – вместо касс установлены терминалы самообслуживания с биометрической системой идентификации.

«Сбербанк» запустил сервис собственной разработки под названием «SberFood». В системе сосредоточено сразу несколько функций: бронирование столиков, онлайн-платежи, безналичные чаевые, скидочная лента, предварительные заказы блюд и напитков.

«X5 Retail Group» оперативно запустили новое мобильное приложение для покупателей «Онлайн.Перекресток».

Компания «Finn Flare» выпустила дистанционный сервис Facetime-шоппинг. Этот сервис позволяет организовать удаленный подбор гардероба без физического посещения магазина.

В сложившихся условиях пандемии, самоизоляции и нагрузки на больничный фонд и врачей, происходит бурное развитие робототехники и использования роботов в медицине [7]. В китайских больницах начато применение роботов-помощников: они развозят лекарства больным, собирают мусор и постельное белье. В Индии в государственной больнице колледжа Стенли в качестве эксперимента используют роботов для раздачи продуктов питания и лекарств. В Сингапуре разработан управляемый дистанционно робот-уборщик, способный мыть и дезинфицировать труднодоступные поверхности. В Испании беспилотные летательные аппараты используются для дезинфекции улиц.

Еще одна сфера информационных технологий, активно развивающаяся сегодня – это развитие Цифрового туризма. Практически во всех странах разработаны программы виртуальных путешествий по музеям, выставочным залам и прочим объектам туризма.

Локально каждая страна создает национальны платформы для покупок у местных производителей: Таиланд (Amazing market; “Flavours from Top

Hotels”), Филиппины ("Online Philippine Harvest"), Колумбия (Compra Lo Nuestro), Бельгия (Антверпен), AirAsia («Save Our Shops»).

Таким образом, можно сделать общий вывод, что изменения, происходящие в бизнесе, постепенно распространяются и на другие стороны нашей жизни. Есть основания полагать, что цифровизация в области экономики станет первым шагом к глобальной цифровизации всех аспектов нашей жизни.

В отличии от кризисов прошлых годов, кризис 2020 года – это не просто финансовый кризис. Этот кризис воздействует на устои нашего общества, образа жизни, поведения и нашей психики.

Такое влияние выливается в переход на новый уровень развития – уровень высоких технологий и цифровизации всех сфер жизни. На данный момент можно смело предположить, что текущий кризис в связи с COVID-19 станет предвестником одного из крупнейших переформатирований общества в современной истории. Глобальные изменения коснутся всех сфер жизни, и избежать таких перемен не сможет ни одно государство.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Исследование влияния пандемии COVID-19 на российский бизнес // Маркетинговое агентство РБК Исследования рынков (Департамент консалтинга РБК) в партнерстве с компанией SAP. 2020. С. 3-5.

2. Цифровые технологии и кибербезопасность в контексте распространения COVID-19 // Департамент международного и регионального сотрудничества СП РФ, Счетная палата Российской Федерации. 2020. С. 3-4.

3. Статья «Глава befree и LOVE REPUBLIC: Полученный опыт был жутковатым.» // Амера Карлос, РБК. 2020. URL – https://www.rbc.ru/spb_sz/13/08/2020/5f34f7c19a79473defe9ab64 (дата обращения: 25.11.2020).

4. Статья ««Если сдохну, значит, я этого достоин»: владелец Natura Siberica о том, почему пандемия оздоровит рынок» // Валерия Житкова, Forbes. 2020. URL – https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/398963-esli-sdohnu-znachit-ya-etogo-dostoin-vladelec-natura-siberica-o-tom (дата обращения: 25.11.2020).

5. Статья «Позиция Группы «М.Видео-Эльдорадо» о влиянии пандемии COVID-19 на бизнес» // Официальный сайт магазина М.Видео. 2020. URL – https://invest.mvideo.ru/press/news/news2229.shtml (дата обращения: 25.11.2020).

6. Исследование «Инновации в эпоху COVID-19. Тренды цифровой трансформации бизнеса в условиях кризиса и пандемии.» // «Крона Лабс». 2020. С. 11-13, 51. URL – https://rtlq.ru/static/docs/COVID-19-business-digital-innovation-transformation.pdf (дата обращения: 25.11.2020).

7. Исследования по повестке форума «Сильные идеи для нового времени» – «Новые идеи для бизнеса. Дайджест зарубежных практик реализации новых бизнес-идей на фоне пандемии.» // Агентство стратегических инициатив, Росконгресс, ВШЭ Национальный исследовательский университет. 2020. С. 2, 5-7. URL – https://roscongress.org/upload/medialibrary/78b/ASI-VSHE-Novoe-gorodskoe-razvitie-_1_.pdf (дата обращения: 25.11.2020).

ЦИКЛЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ НЕФТЕПЕРЕРАБОТКЕ

Ведяков Е.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Нефтяная отрасль Российской Федерации является важной составляющей экономики нашей страны. Она объединяет предприятия, сооружения и технологические объекты, обеспечивающие добычу, переработку и реализацию топливных ресурсов как внутри страны, так и за ее пределами. Ее масштабы и роль для Российской Федерации настолько велики, что можно говорить о ней как о ключевом факторе существования и развития общества внутри страны и страны в геополитическом пространстве мира [1].

Нефтяной комплекс России оказывает сильное положительное влияние на развитие экономики. Несмотря на экономический кризис последних лет, Россия сохранила лидирующие позиции в мире среди стран-экспортеров нефти и газа. Эта относительно благоприятная ситуация во

многом определяется сырьевой базой углеводородов, сформированной в советское время, которая неравномерно сконцентрирована в основных нефтегазовых провинциях [4].

Целью работы является проверка значимости уравнения регрессии на примере показателей темпов прироста переработки нефти.

Проверить значимость уравнения регрессии – значит установить, соответствует ли математическая модель, выражающая зависимость между переменными, экспериментальным данным и достаточно ли включенных в уравнение объясняющих переменных (одной или нескольких) для описания зависимой переменной. Проверка значимости уравнения регрессии производится на основе дисперсионного анализа.

На рисунке 1 представлен график регрессионной модели темпов прироста нефтепереработки за 2009-2018 годы.

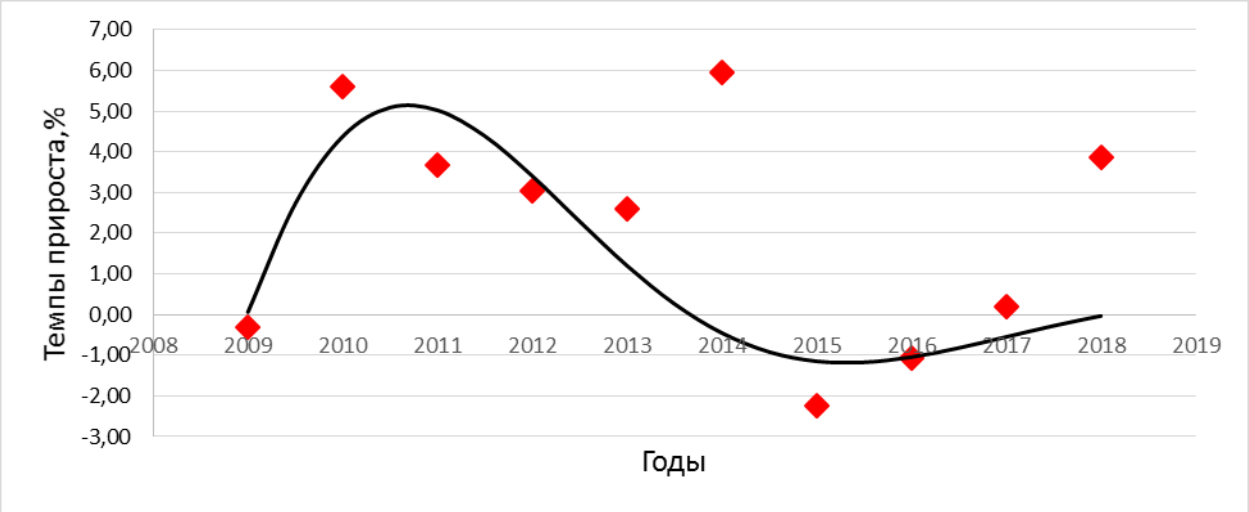


Рис. 1. Регрессионная модель темпов прироста нефтепереработки

В качестве периода цикла рассмотрим годы с 2009 по 2018.

Будем предполагать, что для моделирования циклов наиболее подходящим являются модели, содержащие гармонические функции.

Предположим, что темпы прироста объема переработки меняется по закону:

$$y_x = A_n e^{h_n x} \sin\left(\frac{2\pi}{T_n} x + b_n\right) + C_n, \quad (1)$$

где n-номер, A_n-амплитуда, b_n-фаза, h_n–коэффициент диссипации, C_n-постоянная.

Независимая переменная изменяется с интервалом 1 год, было принято значение x_1= 1, соответствующее 2009 г.

Обозначим f_{nk} - зависимая переменная, x_k - независимая переменная, отвечающая номеру наблюдения *k*.

Для оптимального подбора параметров минимизируется сумма квадратов отклонений:

$$D_n = \sum_{\kappa=1}^{m} (p_{nk} - f_{nk})^2 \quad , (2)$$

Коэффициент диссипации h_n на начальном этапе математического моделирования, приравнивается нулю. При дальнейших расчетах ему присваивается некоторое фиксированное значение.

Коэффициент диссипации h_n не участвует в минимизации отклонения (), поскольку при решении задачи прогнозирования значения функции с демпфированием выходят за пределы допустимой области, которая определяется технологическими ограничениями, либо загрузка становится ниже минимальной, либо превосходит установленную мощность НПЗ . Системный анализ работы производства, приема и отгрузки нефтепродуктов. Выбор начальных значений параметров при нелинейном регрессионном моделировании, как известно, является очень важным, т.к. неверное приближение приводит к медленной сходимости или к невозможности найти численное решение [Dem].

Значения данных показателей будут следующими (таблица 1).

Таблица 1.

Значения показателей

Амплитуда	Фаза	Коэффициент диссипации	Cn	Tn
12,5916	1,0335	-0,3032	0,0675	9,2388

Для расчета необходимых сумм составим вспомогательную таблицу (таблица 2), где *y* – темпы прироста нефтепереработки.

Модель должна хорошо соответствовать данным. Уравнение тем лучше, чем большую часть разброса зависимой переменной оно может объяснить. Для оценки качества нелинейной регрессии используют индекс (коэффициент) детерминации. Этот показатель можно использовать для сравнения только моделей с одной и той же зависимой переменной.

Таблица 2

Вспомогательная таблица

Годы	x	y	y(x)	y(x)-y	(y(x)-y)^2	y^2
2009	1	-0,31993	0,061385564	-0,3813165	0,145402273	0,102356
2010	2	5,614638	4,380446006	1,234192386	1,523230846	31,52416
2011	3	3,668047	5,025070432	-1,357023642	1,841513165	13,45457
2012	4	3,049691	3,410126815	-0,360436049	0,129914146	9,300614
2013	5	2,604606	1,203514739	1,40109092	1,963055767	6,783971
2014	6	0,003547	-0,450475415	-0,454022415	0,206136354	0,042492
2015	7	-2,25542	-1,147007759	-1,108407557	1,228567311	5,086898
2016	8	-1,08593	-1,045095616	-0,040829492	0,001667047	1,179233
2017	9	0,191506	-0,548174129	0,739679865	0,547126303	0,036674
2018	10	3,858521	-0,032945299	3,891466199	3,411646283	14,88818
Сумма		15,33			10,79	82,356661

Оценим значимость полученной зависимости. С этой целью найдем суммы (см. таблицу 2) Q_e, Q, Qr:

$$Q_e = 10.79$$

$$Q = 82.356 * \frac{15.33^2}{9} = 56.26$$

$$Qr = 56.26 - 10.79 = 45.47$$

Для оценки тесноты связи вычислим индекс корреляции:

$$R = \sqrt{1 - \frac{10.79}{56.26}} = 0.899$$

При полученном значении, коэффициент детерминации равен $R^2 = 0.8$.

Также проведем оценку значимости уравнения регрессии, которая позволяет узнать пригодно ли оно для практического использования или нет.

Оценка значимости уравнения регрессии проводится с помощью F-критерия Фишера:

$$F = \frac{R^2}{1 - R^2} * \frac{n - k}{k - 1} \quad (3)$$

Рассчитаем данный критерий для нашего примера подставив значения в формулу выше (3):

$$F = \frac{0,8}{1 - 0,8} * \frac{9 - 4}{4 - 1} = 6,67$$

Fтабл=6,59

Т.к. F>Fтабл, то можно сделать вывод о существенности (достоверности) уравнения регрессии, а также о статистической значимости коэффициента детерминации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Кузнецов Ю.А. Математическое моделирование экономических циклов: факты, концепции, результаты // Экономический анализ: теория и практика. 2011. № 17. С.50-61.

2. Орлова И.А. Теоретические основы исследования экономической цикличности // Вопросы экономики и права. 2015. №84. С. 46-49.

3. Сайт Министерства энергетики Российской Федерации. URL: http://www.minenergo.gov.ru/activity/oil/ (дата обращения: 25.11.2020)

4. Смирнов С.В., Кондрашов Н.В., Петроневич А.В. Поворотные точки российского экономического цикла, 1981–2015 гг. // Экономический журнал высшей школы экономики. 2015. №4. С. 534–553.

5. Тремасов К.В. Теория экономических колебаний // URL: https://www.finam.ru/files/news690.pdf (дата обращения: 26.11.2020)

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Горбылева А.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность данной проблемы объясняется тем, что обеспечение продовольствием, а также задачи и возможные трудности, такие как недостаточность продовольствия, снижение экспорта, рост себестоимости и цен на продукцию сельскохозяйственного сектора, увеличение общей численности населения и снижение платежеспособности являются одними из основных задач для каждого государства. Последствия снижения уровня обеспечения продовольствием могут затронуть почти все аспекты жизни каждого человека и общества в целом.

Впервые термин «продовольственная безопасность» использовался на Всемирной конференции по продовольствию в 1970-х годах. Согласно этой конференции, обеспечение продовольственной безопасностью – это непрерывное обеспечение продовольствием в достаточном мировом запасе жизненно важными продуктами питания в целях поддержания устойчивого потребления продуктов продовольствия при установлении оптимального соотношения уровня затрат и цен [1]. Однако, измерение уровня обеспечения продовольствием началось задолго до этого. Начиная с периода после

Первой мировой войны, международное сообщество начало собирать данные о национальных балансах продовольствия, чтобы облегчить распределение продовольствия по регионам. В российском законодательстве продовольственная безопасность рассматривается в федеральном законе «О продовольственной безопасности Российской Федерации» [2]. В соответствии с ним продовольственная безопасность – такое состояние экономической сферы страны, при котором население наделено всеми необходимыми ресурсами, сохранен государственный запас продовольствия, независимо от внешних и внутренних условий, а также потребности в продовольствии могут быть удовлетворены в соответствии с необходимыми нормами. Это определение предполагает, что нарушение обеспечения продовольственной безопасностью – это нарушение одного или нескольких из этих аспектов. Нарушение обеспечения продовольственной безопасностью может быть хроническим, временным и сезонным.

Развитие поддержки продовольственной безопасности является одним из наиболее важных направлений в России и во всем мире. Уровень жизни в стране и регионах напрямую зависит от обеспечения населения продуктами питания в надлежащем качестве и количестве, при этом обеспечение населения продовольствием должно быть устойчивым. Уровень продовольственной безопасности может снизится, когда условия в рассматриваемом регионе изменяются, что приводит к повышению уязвимости внутренней системы. Это может быть связано либо с внезапным возникновением опасности, либо с не стремительным, но устойчивым ухудшением ситуации. Снижение продовольственной безопасности может вызывать ряд факторов, таких как засуха, наводнения, оползни, возникновение конфликтов, вспышки эпидемий, приток беженцев и другие. Данная проблема рассматривалась в многочисленных работах как отечественных, так и зарубежных ученых.

Одной из основных задач является определение уровня продовольственной безопасности. Несмотря на то, что многофакторный

анализ продовольственной безопасности обеспечивает наличие большого количества информации, нахождения уровня обеспечения продовольствием по-прежнему вызывает некоторые трудности. Многие организации, занимающиеся оценкой продовольственной безопасности, применяют не количественные, а качественные показатели, поскольку они более привлекательны, по причине того, что сбор информации, необходимой для их построения, требует меньше времени и затрат, чем для количественных оценок. Рассматривая вопрос оценки уровня обеспечения продовольствием, также стоит обратить внимание на то, что проблемой является определение именно объективного уровня. Такая оценка может быть недостаточно конкретна и существует возможность составления ненадежных прогнозов на их основе. Отсутствие объективности во многих исследованиях объясняется тем, что данный анализ основывается, как правило на методе экспертных оценок, который заключается в построении заключений на основе полученного персонального мнения каждого эксперта. Таким образом, для исследования и определения оценки уровня продовольственной безопасности, а также составления последующих прогнозов необходимы иные, объективные методы.

Продовольственную безопасность можно оценить с помощью когнитивного экономико-математического моделирования, а также используя статистическую оценку. Уровень обеспечения продовольственной безопасностью можно определить на основе нахождения индекса продовольственной безопасности [3, С. 104]. Этот показатель является интегрированным и представляет сумму коэффициентов продовольственной самообеспеченности, фактического потребления продовольствия, бедности, потребления и коэффициента Джини. Исходя из полученных результатов создается структура, взаимосвязи и функции принадлежности нечетких когнитивных карт. Они были впервые предложены в 1970-х годах Робертом Аксельродом в целях использования их для создания моделей принятия решений в социальных и политических системах [4]. Когнитивные карты, как

правило, применяются в процессе анализа и принятия решений при исследовании причинных связей между анализируемыми факторами.

На первоначальном этапе необходимо создать информационную модель, обосновать структуру базы данных на основе полученных ранее показателей. Последующее построение моделей для получения оценки и прогнозирования возможно выполнить на основе конкретных показателей для пищевых групп [5, P. 1211]. Осуществить данную задачу возможно при помощи построения, тестирования и последующей отладки специализированного программного пакета, способного построить модель рассматриваемой системы на основе нечетких когнитивных карт. В итоге будет получен сценарий, в котором определены значимые факторы и возможные последствия действия этих факторов. Созданный программный пакет должен охватывать различные этапы оценки продовольственной безопасности и методы для проведения такой оценки, необходимо поддержание возможности нахождения оценки как для сельской, так и для городской местности. Программный пакет должен обеспечить возможность оценки продовольственной безопасности для принятия должных мер правительством в целях развития стратегии по обеспечению высокого уровня продовольственной безопасности в регионе.

Оценка уровня продовольственной безопасности позволяет правительству анализировать ее устойчивость, определять группы населения, для которых существует наибольший риск снижения данного уровня или достижение его критического значения, также оценка уровня обеспечения продовольствием позволяет отслеживать и оценивать влияние принятых программ по поддержке обеспечения продовольствием и поддержания его устойчивого уровня. Отслеживание уровня обеспечения продовольствием населения необходим для планирования, составления и принятия правительством соответствующих программ.

Программа должна анализировать широкий спектр показателей и данных для оценки продовольственной безопасности региона, должна

присутствовать возможность оценки доступности продовольствия во всем мире, рассматривать устойчивость обеспечения ресурсами для оценки текущего состояния региона, а также сравнения его с показателями за прошлый период и составления прогноза на следующий.

Данный программный пакет должен включать в себя компьютерную программу для определения уровня продовольственной безопасности, базу знаний для построения функций принадлежности факторов и статистическую базу данных для исследований и построения прогнозов на основе системы интегральной оценки уровня продовольственной безопасности. При создании такого пакета необходимо обратить должное внимание на теоретическую основу интегральной оценки продовольственной безопасности, рассмотреть методологию построения нечетких когнитивных карт, определить возможности моделирования системы для определения объективного уровня продовольственной безопасности как во всей стране, так и в отдельных регионах, обеспечить создание программного пакета для отслеживания и оценки уровня продовольственной безопасности, дальнейшего отслеживания динамики и построения прогнозов на основе полученных данных. Осуществление данных аспектов позволит решить поставленную проблему и найти объективный уровень продовольственной безопасности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Доклад Всемирного продовольственного совета. ООН, Н.Й. 1975. URL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiYurjg86jtAhXCmIsKHdU5DY4QFjAAegQIAxAC&url=https%3A%2F%2Fdigitallibrary.un.org%2Frecord%2F707020%2Ffiles%2FA_10019-RU.pdf&usg=AOvVaw2e4NPqBtrE0fOhDyNjODoq (дата обращения 15.11.2020)

2. Федеральный закон «О продовольственной безопасности Российской Федерации». 1997. – URL: http://www.consultant.ru (дата обращения 15.11.2020).

3. Антамошкина Е.Н. Оценка продовольственной безопасности региона: вопросы методологии // Продовольственная политика и безопасность. 2015. Т. 2. № 2. С. 97-112.

4. Axelrod R. Structure of Decision: The Cognitive Maps of Political Elites // Princeton University Press. Princeton, NJ. 1976.

5. Antamoshkina E.N., Buyanova M.E., Shlevkova T.V. Indicators of Food Security in the System of Socio-Economic Diagnostics of the Region // Advances in Economics, Business and Management Research. 2019. V. 47. P. 1210-1213.

ИССЛЕДОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ

Горина Е.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 01.12.2016 г. № 642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации» [1] для создания конкурентоспособности национальной экономики и обеспечения эффективной национальной безопасности, необходимо поддерживать высокий уровень в научных исследованиях разработках, показывать быстрый темп овладения новой информацией и создания инновационных продуктов [1]. Именно поэтому тема инновационного развития РФ становится актуальной в современных реалиях. Инновационное развитие страны представляет собой непрерывное качественное изменение в промышленной или социальной структурах, которое происходит на фоне внедрения новшеств в целях получения положительного эффекта в экономической, научно-технологической, экологической и других сферах деятельности страны.

В настоящее время Россия находится на этапе интенсивного развития инновационной экономики, что подтверждается объёмом финансирования научных разработок. Целью научно-технического развития страны является наращивание и полное использование интеллектуального ресурса нации [1].

В качестве проверки успеха осуществления данной цели необходимо проанализировать существующий уровень развития инновационной деятельности в регионах страны.

Для анализа инновационного развития РФ в данной работе взяты восемь показателей по регионам России за 2019 г. с сайта Федеральной службы государственной статистики [2]:

X1 – Затраты на инновационную деятельность организаций (млн. руб.);

X2 – Уровень инновационной активности организаций (%);

X3 – Объём инновационных товаров, работ и услуг (млн. руб.);

X4 – Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации в общем числе обследованных организаций (%);

X5 – Поступление патентных заявок (ед.);

X6 – Выдано патентов (ед.);

X7 – Разработка передовых производственных технологий (ед.);

X8 – Используемые передовые производственные технологии (ед.).

Для анализа инновационного развития регионов [3–5] необходимо выполнить кластеризацию регионов России [6]. В работе проведён кластерный анализ регионов РФ с помощью нейронных сетей, обучаемых без учителя. Представителем этого класса нейронных сетей является самоорганизующиеся карты (СОК) Кохонена [7; 8]. СОК Кохонена обладают особенностью, которая заключается в проецировании многомерного пространства входных данных в двумерное либо трёхмерное пространство с учётом топологии. Это позволяет визуализировать результаты кластерного анализа [9]. Для исследования использованы СОК Кохонена, реализованные в аналитическом пакете Deductor.

В результате обработки данных получено проецирование восьмимерного пространства на плоскость и разбиение 85 регионов России на пять кластеров (рис. 1).

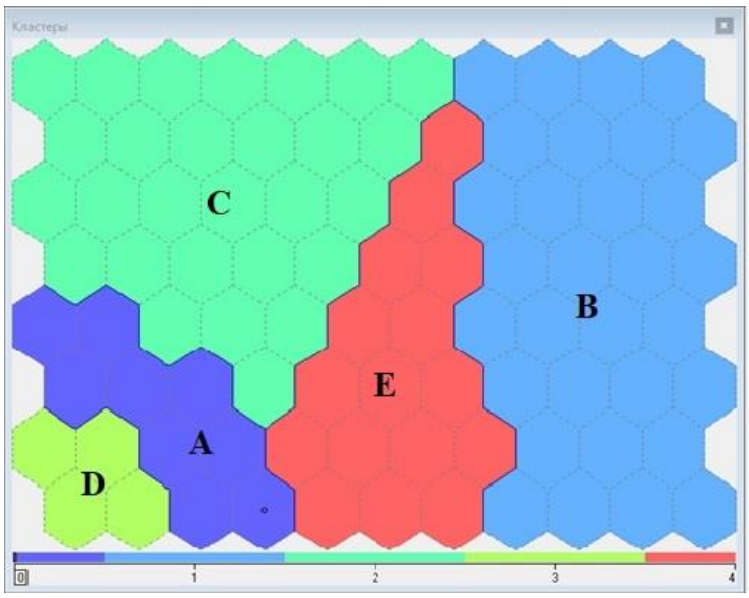


Рис. 1. СОК Кохонена распределения регионов РФ по кластерам в 2019 г.

Результаты размещения регионов РФ по кластерам отображены в табл. 1.

Из данных в табл. 1 видно, что регионы РФ распределены по кластерам неравномерно. Наименьшее число регионов (3 региона) вошло в кластер D, а наибольшее – в кластеры B и C, в обоих по 31 региону. Кластер A составили 7 регионов, а кластер E – 13 регионов.

Табл. 2 демонстрирует статистику средних значений показателей по кластерам и их общероссийские значения.

Таблица 1

Состав кластеров за 2019 г

Название кластера	Регионы
A	Республика Башкортостан, Республика Татарстан, Пермский край, Нижегородская область, Самарская область, Свердловская область, Челябинская область.
B	Костромская область, Курская область, Республика Карелия, Республика Коми, Ненецкий автономный округ, Архангельская область, Калининградская область, Псковская область, Республика Адыгея, Республика Калмыкия, Республика Крым, Астраханская область, Республика Дагестан, Республика Ингушетия, Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Северная Осетия – Алания, Чеченская Республика, Ставропольский край, Оренбургская область, Республика Алтай, Республика Тыва, Республика Хакасия, Республика Бурятия, Республика Саха (Якутия), Забайкальский край, Приморский край, Амурская область, Сахалинская область, Еврейская автономная область, Чукотский автономный округ.
C	Белгородская область, Брянская область, Владимирская область, Воронежская область, Ивановская область, Калужская область, Липецкая область, Орловская область, Рязанская область, Тамбовская область, Тверская область, Тульская область, Ярославская область, Вологодская область, Мурманская область, Новгородская область, Ростовская область, г. Севастополь, Республика Марий Эл, Республика Мордовия, Удмуртская Республика, Чувашская Республика – Чувашия, Кировская область, Пензенская область, Ульяновская область, Курганская область, Тюменская область, Алтайский край, Томская область, Камчатский край, Магаданская область.
D	Московская область, г. Москва, г. Санкт-Петербург.
E	Смоленская область, Ленинградская область, Краснодарский край, Волгоградская область, Саратовская область, Ханты-Мансийский автономный округ, Ямало-Ненецкий автономный округ, Красноярский край, Иркутская область, Кемеровская область- Кузбасс, Новосибирская область, Омская область, Хабаровский край.

Таблица 2

Статистика средних значений показателей X1 – X8 по кластерам и общих средних показателей по РФ за 2019 г.

Название кластера	Средние значения							
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
A	61209.49	11.77	2228127.60	23.70	761.71	741.86	52.29	9710
B	4417.63	4.44	336493.66	11.17	81.23	77.68	1.71	694.13
C	10136.69	12.20	554120.33	24.03	215.71	205.58	10.55	2647.81
D	257769.67	12.03	7981414.47	35.43	5827	4467.33	172.67	13346.67
E	23167.21	6.34	1931058.39	14.92	331.08	310.85	17.46	3925.77
Среднее	22989.80	8.43	1085340.35	18.32	427.32	369.61	17.54	3089.94

значение по РФ								

По данным табл. 2 видно, что показатель «Затраты на инновационную деятельность организаций» (X1) достигает наибольшего значения в регионах кластера D, а наименьшего в кластере B. Отметим, что в кластерах A, D и E значения данного показателя выше общих средних значений по России.

Показатель «Уровень инновационной активности организаций» (X2) достигает максимального уровня в кластере C, а минимального уровня в кластере B. Данный показатель превышает общероссийские значения в регионах кластеров A, C и D.

Показатель «Объём инновационных товаров, работ и услуг» (X3) имеет наибольше значение в кластере D, а наименьше – в кластере B. Значения этого показателя превосходят общее значения по РФ в кластерах A, D и E.

Показатель «Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации в общем числе обследованных организаций» (X4) имеет наибольшее значение в кластере D по отношению к другим кластерам. При этом значение данного показателя в кластерах A, C и D превышают его общероссийские показатели.

Значения таких показателей, как «Поступление патентных заявок» (X5), «Выдано патентов» (X6), «Разработка передовых производственных технологий» (X7) превосходят средние значения по РФ в кластерах A и D.

Показатель «Используемые передовые производственные технологии» (X8) имеет наименьшее значение в кластере B, а наибольшее в регионах кластера D. Данный показатель в регионах кластеров A, D и E превышает его общероссийские значения.

Заметим, что регионы кластеров A и D характеризуются значениями всех показателей, большими общероссийских, а значения показателей в кластере B находится на уровне ниже средних показателей по стране.

Данное исследование с применением нейросетевых технологий позволило объективно оценить состояние развития инновационного развития регионов России. Наиболее перспективные регионы в данной сфере деятельности вошли в состав кластеров A и D. В других кластерах для повышения уровня инновационного развития регионов необходимо принятие комплекса мер с целью увеличения их инновационной активности.

Таким образом, проведённое исследование обеспечило практическую и целесообразную научную основу для анализа инновационного развития регионов России. Полученные результаты показали, что применение кластерного анализа на базе нейронных сетей и информационных технологий [10] являются эффективным и перспективным методом анализа многомерных данных. Результаты исследования, характеризующие инновационное развитие страны могут быть полезны при разработке стратегий и программ инновационного развития регионов России, а также для корректировки управленческих решений в целях повышения уровня инновационного развития Российской Федерации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Указ Президента Российской Федерации от 01.12.2016 г. № 642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации» URL: http://kremlin.ru/acts/bank/41449 (дата обращения: 02.11.2020).

2. Федеральная служба государственной статистики. URL: https://www.gks.ru (дата обращения: 02.11.2020).

3. Перова В.И., Гончарова Г.Г. Нейросетевой анализ динамики инновационной активности регионов Российской Федерации // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2015. Вып. 29. С. 56–68.

4. Ильина И.Е., Жарова Е.Н., Агамирова Е.В., Каменский А.С. Инновационное развитие регионов России // Регионология. Саранск: Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева. 2018. Т. 26. № 2 (103). С. 230–255.

5. Волкова Н.Н., Романюк Э.И. Инновационное развитие регионов России. М.: ИЭ РАН, 2012. 34 с.

6. Балабанов А.С., Стронгина Н.Р. Анализ данных в экономических приложениях. Нижний Новгород: Изд-во Нижегородского госуниверситета им. Н.И. Лобачевского, 2004. 135 с.

7. Перова В.И. Нейронные сети Часть 2: Учебное пособие. Нижний Новгород: Изд-во Нижегородского госуниверситета. 2012. 111 с.

8. Перова В.И. Нейронные сети в экономических приложениях. Часть 2. Нейронные сети, обучаемые без учителя: Учебное пособие. Нижний Новгород: Изд-во Нижегородского госуниверситета, 2012. 135 с.

9. Дебок Г., Кохонен Т. Анализ финансовых данных с помощью самоорганизующихся карт. М.: Альпина, 2001. 317 с.

10. Кузнецов Ю.А., Перова В.И., Семиков Д.С. Информационные и коммуникационные технологии как фактор развития цифровой экономики в российской федерации // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные наук. 2017. № 4 (48). С. 38–47.

НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНЫХ САНКЦИЙ

Зореновская Д.Н.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность проблемы национальной продовольственной безопасности в условиях санкций связана в первую очередь с тем, что в 2014 году российская модель экономики являлась моделью, основанной на большом количестве импорта продуктов питания, а также сельскохозяйственного сырья, что ни только не представляет национальные интересы страны, но и является достаточно опасным. Поэтому введение санкций против РФ стало одной из важных проблем государства, которая требовала немедленного решения. В настоящее время санкции против России ни только сохранены, но и продолжает нарастать их количество.

Одним из способов решения проблемы национальной продовольственной безопасности РФ в условиях антироссийских санкций

стало импортозамещение по основным видам сельхозпродукции, именно поэтому в августе 2014 года был издан и подписан Указ «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации» [1]. Данный Указ [1] запрещал ввоз на территорию России сельхозпродукции, сырья и продовольствия из тех стран, которые ввели против России санкции. В 2020 году исполнилось 6 лет продовольственному эмбарго, что связано с тем, что на сегодняшний момент против РФ вводят новые санкции, которые способствуют неустойчивому положению экономики страны, а также подрывают национальную безопасность государства, в том числе и продовольственную. В условиях международных санкций ограничения на продовольственную продукцию импортных производителей способствовали расширению рыночной ниши отечественных производителей на внутреннем рынке, что стало возможным благодаря увеличению объёмов производства.

Определение национальной продовольственной безопасности РФ для многих российских авторов сопровождается её продовольственной независимостью. Они считают, что продовольственная независимость страны, а также уровни самообеспечения по различным продовольственным группам играют важную роль в данном вопросе. Данный обзор литературы представлен в работах [2,3].

Национальная продовольственная безопасность должна обеспечиваться через продовольственную независимость, то есть самообеспечение по продовольственным товарам агропромышленного комплекса (АПК), рыбохозяйственного комплекса (РПК) и пищевой промышленности. В [4, 5] определены пороговые значения уровня самообеспечения по товарным группам, в табл. 1 представлены его значения по основным продовольственным группам за период 2013-2019 года.

Таблица 1

Самообеспеченность РФ основными продовольственными товарами, %

Товарная группа	**Года**							**Пороговое значение**	
	2013	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2010**	**2020**
Зерно	140.44	153.81	149.14	160.1	171.71	147.11	155.59	95	95
Мясо и мясная продукция	78.51	82.76	88.72	90.63	93.49	95.71	97.38	85	85
Молоко и молочная продукция	77.1	78.12	79.91	80.66	82.31	83.91	84	90	90
Картофель	96.41	98.1	102.07	93.18	91.13	95.31	95.17	95	95
Овощи и бахчевые культуры	83.1	84.12	86.77	87.39	87.55	87.23	87.71	-	90
Фрукты и ягоды	31.77	32.49	32.47	36.52	33.11	38.82	40.22	-	60
Рыба и рыбная продукция	112.51	115.15	132.81	140.63	138.63	158.62	152.81	80	85
Сахар	101.17	95.15	101.71	106.51	115.21	108.72	125.31	80	90
Растительное масло	132.41	143.14	125.52	142.61	153.63	157.31	176.13	80	90
Соль пищевая	50.41	46.53	68.62	66.21	63.91	67.43	65.14	85	85

Значения табл. 1 были рассчитаны по балансам продовольственных продуктов, опубликованных Росстатом. Из табл. 1 можно увидеть, что по многим видам сельхозпродукции и продуктам питания в России достигается пороговый уровень, исключением является молоко и молочная продукция, фрукты и ягоды, овощи и продовольственные бахчевые культуры. Также

необходимо отметить, что по мясу и мясной продукции уровень самообеспечения был ниже порогового всего лишь в 2013 и 2014 годах, затем он стал выше порогового и его значение увеличивалось на протяжении рассматриваемого периода. По картофелю самообеспеченность была ниже в 2016 и 2017 годах, что скорее всего связано не с введёнными санкциями против РФ, а с урожайностью картофеля в эти года. Относительно групп: фрукты и ягоды, овощи и продовольственные бахчевые культуры, хочется заметить, что они были добавлены в Доктрину только в 2020 году. По овощам значение близко к пороговому. Низкое же значение по фруктам и ягодам объясняется тем, что многие виды фруктов (цитрусовые, ананасы и т.д.) не имеют условий и возможностей для выращивания в промышленных масштабах в РФ.

Таким образом, мы получаем следующий вывод: большинство продовольственных товаров имеют достаточно высокий уровень самообеспечения. Однако, проведение анализа только уровня самообеспеченности странны по определённым продовольственным группам товаров будет недостаточным для получения полной и подробной оценки состояния национальной продовольственной безопасности, что непосредственно связано с тем, что при расчёте уровня самообеспечения не учитывается импорт и остатки.

Согласно целям, которые определены в Доктринах продовольственной безопасности Российской Федерации [4,5], ещё одним важным параметром, используемым для оценки состояния национальной продовольственной безопасности РФ, является «Потребление основных продовольственных товаров по России» (см. табл. 2), поскольку уровень потребления основных продуктов питания должен соответствовать требованиям, которые позволяют ввести здоровый и активный образ жизни.

Проанализировав полученные выше данные (см. табл. 2), подведём некоторый итог: в течение рассматриваемого периода, а именно 2013-2019 года, рациональные нормы не были достигнуты по следующим видам

продовольственной продукции: молочной продукции, овощам и продовольственным бахчевым культурам, фруктам и ягодам, что может быть связано с тем, что, во-первых, по данным продуктам уровень самообеспечения ниже нормы, а, во-вторых, цены на данные продукты стали выше, что связано непосредственно с обесцениванием национальной валюты. По картофелю, рыбе и рыбопродуктам рациональные нормы не были достигнуты лишь в 2018 и 2019 годах. По другим показателям потребление выше рациональных норм.

Таблица 2

Потребление основных продовольственных товаров по России

(на душу населения в год; килограммов)

Показатель	**Года**							**Рекомендуемые медицинские нормы**
	2013	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	
Хлебная продукция	118	118	118	117	117	116	116	96
Сахар	40	40	39	39	39	39	39	24
Растительное масло	13.1	13.8	13.6	13.7	13.9	14.1	14.1	12
Мясо и мясная продукция	75	74	73	74	75	75	76	73
Молоко и молочная продукция	246	239	234	231	230	229	234	325
Рыба и рыбная продукция	27.5	25.8	22.3	22.3	22.9	20.2	21.1	22
Картофель	94	93	91	90	90	89	89	90
Овощи и бахчевые культуры	102	102	102	102	104	107	108	140
Фрукты и ягоды	62	63	60	61	59	61	62	100

Теперь проанализируем импорт и экспорт продовольственных товаров. По рис. 1 мы видим, что после введения в 2014 году санкций против РФ и ответных санкций РФ (введение продовольственного эмбарго), значительно уменьшился импорт продуктов питания и сельскохозяйственного сырья РФ, примерно на 33% и уже только после 2016 года стал увеличиваться, что в первую очередь связано с тем, что случилось перераспределение потоков импорта продовольственных товаров, которые раньше поставлялись из стран ЕС, на их поставку из Бразилии, Аргентины, Турции [6].

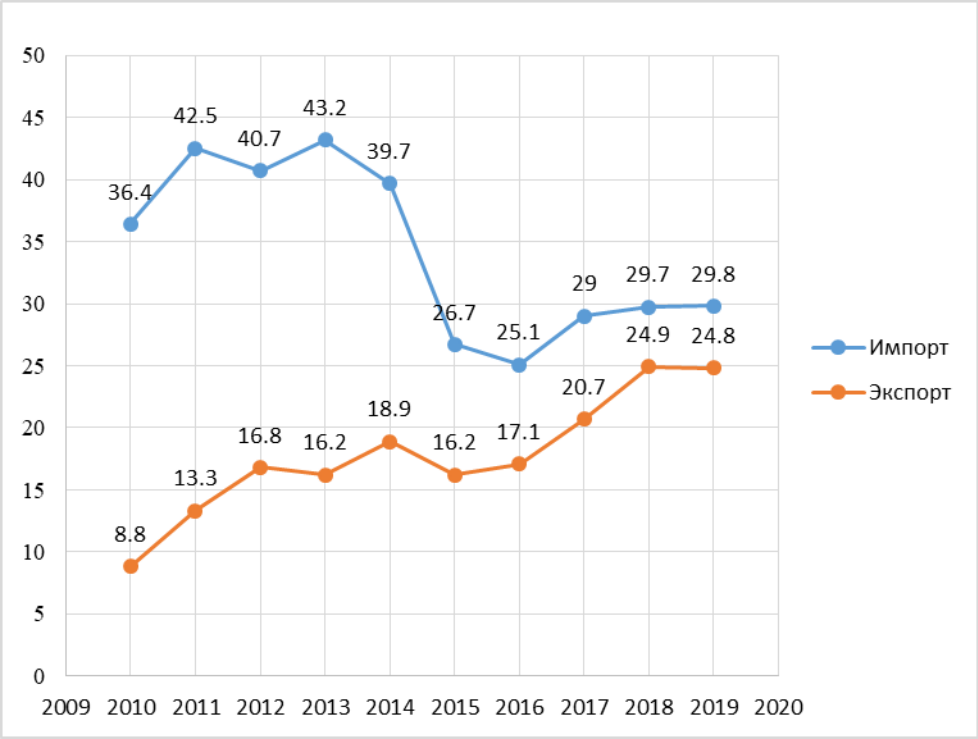


Рис. 1. Импорт и экспорт продуктов питания и сельскохозяйственного сырья РФ (в фактических действующих ценах), млрд. дол.

Вместе с уменьшением импорта продовольственных товаров в РФ в мы можем наблюдать увеличение числа экспортных поставок продуктов питания из России в другие страны. Экспорт продуктов питания и сельскохозяйственного сырья РФ в 2014 году увеличился на 16.7%, а в 2015 году снизился приблизительно на 14%. На протяжении 2015-2018 годов

наблюдается увеличение экспорта, однако в 2019 году наблюдается незначительное уменьшение. Всё это способствовало тому, что за последние года Россия стала занимать важное место среди поставщиков продовольствия на мировой рынок и крупнейшим экспортером зерна.

Таким образом, введение ответного продовольственного эмбарго способствовало уменьшению импорта продовольственных товаров. Импорт важнейших продовольственных товаров (в особенности мясной и рыбной продукции) значительно сократился после 2014 года.

Проанализировав импорт продовольственных товаров в Россию, следует рассмотреть и производство основных продуктов питания в РФ. По рис. 2 можно заметить, что производство по большинству товарных групп имеет положительную динамику. В сравнении 2019 года с 2013 годом больше всего возросло производство растительных масел (+70%), производство сахара повысилось на 47%, фруктов и ягод на 31%, мяса и мясо продуктов на 27%, производство рыбы и рыбопродуктов, а также овощей и бахчевых культур увеличилось приблизительно на 15%, производство молока возросло на 5%. Однако, производство хлебной продукции уменьшилось на 1%, а картофеля на 8%.

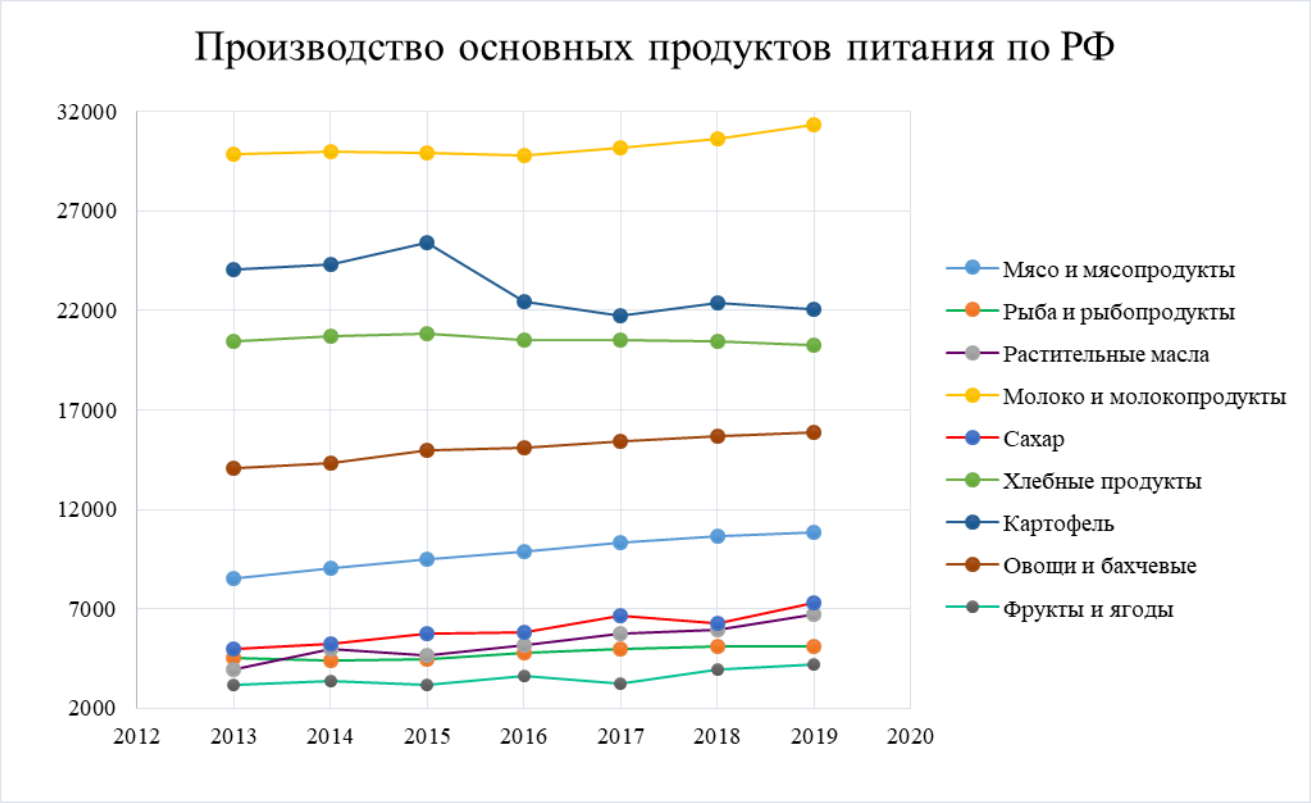


Рис. 2. Динамика производства основных продуктов питания, тыс. тонн

В целом, производство по большинству товарных групп увеличивалось на протяжении рассматриваемого периода, только в некоторых периодах мы можем наблюдать незначительные уменьшения по различным продуктом питания.

Таким образом, проведя небольшое аналитическое исследования обеспечения национальной продовольственной безопасности РФ в период введения международных санкций, можно сделать следующие выводы:

1) Большинство видов продовольственных товаров имеют хороший уровень самообеспеченности (больше нормы), исключением являются молочная продукция, пищевая соль, овощи и бахчевые, а также фрукты и ягоды. На протяжении введения антироссийских санкций можно отметить высокий уровень самообеспеченности страны зерном, по которому, как правило, ведётся политика экспортирования. В настоящее время Россия занимает первые места по экспорту зерна.

2) Потребление молочной продукции и молока, овощей, бахчевых культур, фруктов и ягод в расчёте на душу населения находится на уровне, который ниже рациональных норм, что может быть связано с тем, что отечественного производства недостаточно для удовлетворения граждан, а ввиду того, что данные продукты до введения эмбарго в 2014 году в больших количествах поступали из стран ЕС, их стало недостаточно для потребления.

3) Значительное сокращение импорта как в целом продовольственных товаров, так и по отдельны товарным группам даёт возможность для отечественных производителей занять свою нишу на внутреннем рынке. А введение продовольственного эмбарго дало новую жизнь АПК, что способствовало увеличению производства продовольственных товаров в стране.

Исходя из выше сказанного, можно определить, что состояние национальной безопасности является удовлетворительным. Оно имеет сильные и слабые стороны, поэтому необходимо постоянно проводить мониторинг показателей, которые способны дать оценку продовольственной безопасности страны.

Введённые санкции против российского государства, а также ответные санкции России, с одной стороны, можно рассмотреть, как возможность для формирования и совершенствования российского агропромышленного комплекса, повышения отечественных объёмов производства продовольственных товаров, благодаря устранению большой конкуренции с импортными производителями, а с другой – как возможность увеличения цен на продукты питания с одновременным снижением их качества для получения максимальной прибыли, не думая о здоровье потребителей и несмотря на господдержку и другие вложения в АПК.

Таким образом, для обеспечения продовольственной безопасности на национальном уровне, в период введения антироссийских санкций и не только, государство должно поддерживать внутреннее производство сельскохозяйственной и рыбной продукции, вкладывая инвестиции в АПК и

РПК и создавая благоприятные условия для конкурентоспособного развития. При этом государство должно тщательно следить за качеством ни только импортных продуктов питания, но и продуктов питания отечественного производителя, чтобы не было ухудшения качества продуктов за счёт отсутствия конкурентов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Указ Президента РФ от 06.08.2014 № 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации» – URL: http://base.garant.ru/70711352/ (дата обращения: 17.11.2020)
2. Костусенко И.И. К вопросу обеспечения продовольственной безопасности и продовольственной независимости региона // Вестник академии. 2014. № 4. С. 44–50.
3. Костусенко И.И. Продовольственная безопасность и продовольственная независимость регионов: сущность и подходы к их оценке // Аграрный вестник Урала. 2009. № 1. С. 8–13.
4. Указ Президента РФ от 30.01.2010 № 120 «Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации» – URL: http://www.consultant.ru (дата обращения: 23.10.2020)
5. Указ Президента РФ от 21.01.2020 № 20 «Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации» – URL: http://www.consultant.ru (дата обращения: 23.10.2020)
6. Косинский, П.Д., Чупрякова, А.Г. Роль сельского хозяйства в реализации политики импортозамещения и поддержании продовольственной безопасности региона // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2014. № 12–2. С. 208–211.

МАТЕМАТИЧЕСКОЕ И КОМПЬЮТЕРНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ПАРНОЙ ЛИНЕЙНОЙ РЕГРЕССИИ

Капустин Д.О.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современном цифровом обществе наблюдается высокая потребность в квалифицированных специалистах по аналитическому и компьютерному обеспечению экономической деятельности. Для выпускников вузов актуальным является умение применять математические методы и информационные технологии для моделирования экономических процессов [1].

Математическое моделирование - один из наиболее распространенных методов проведения научных исследований бизнес-процессов, систематизации их характеристик, определения закономерностей, а также нахождения вероятных гипотез их будущего развития [2]. Именно оно позволяет учитывать характерные особенности экономических процессов, среди которых можно выделить уникальность, качественные различия процессов разного «масштаба», быстрые изменения во времени, многокритериальность, большую размерность, вероятностный характер, трудности получения долгосрочной оценки.

Позволяя провести количественный анализ исследуемого объекта, помогая предсказать, как поведет себя этот объект в различных условиях, математическая модель избавляет исследователя от необходимости проведения множества реальных экспериментов. В этом заключается ее основное преимущество [3].

Процесс построения и исследования экономико-математической модели включает несколько этапов [4]. На постановочном этапе определяются и формулируются основные цели, производится анализ

экономической сути изучаемого явления, определяется набор возможных факторов на основе исходных статистических данных.

На этапе спецификации выбираются для участия в модели наиболее значимые факторы и математическая формула с параметрами, отражающая зависимость обозначающих выбранные факторы переменных.

На этапе параметризации на основе имеющихся статистических данных производится оценка значений параметров функции зависимости: ее коэффициенты подбираются так, чтобы эта функция в некотором смысле наилучшим образом отражала связь между факторами.

На этапе верификации, используя статистические методы и сопоставляя реальные и модельные данные, проверяется качество найденных параметров функции зависимости и адекватность модели в целом, т.е. степень ее соответствия реальному экономическому процессу. В результате такой проверки формула модели и входящие в нее факторы могут быть скорректированы.

На этапе внедрения с помощью построенной модели дается объяснение поведения исследуемых факторов и осуществляется прогнозирование.

Большинство экономических показателей зависит от множества факторов, однако, наряду с этим, широко известны также устоявшиеся парные связи (например, зависимость спроса и предложения от цены товара, уровня безработицы - от инфляции и др.). Поэтому среди основных классов моделей, применяемых для анализа и/или прогноза (модели временных рядов, регрессионные модели с одним уравнением, системы одновременных уравнений) [5], парная регрессионная модель, описывающая зависимость двух показателей, является достаточно распространенной. Этому во многом способствуют и относительная простота ее построения и исследования, и возможность представления графическими средствами, и ясность экономической интерпретации. Также следует отметить, что парная регрессионная модель часто выступает в качестве начальной точки для более глубокого анализа множественной регрессии.

Общая постановка задачи парной регрессии состоит в том, чтобы по имеющемуся набору наблюдений за изменением значений одного фактора от значений другого фактора выбрать модель, оценить ее параметры и статистически обосновать, что построенная функция зависимости наиболее точно соответствует данным наблюдений. Оценивая степень подгонки к значениям наблюдений, проверяется общее качество модели (адекватность). Качество регрессии можно оценить с помощью коэффициента детерминации: чем значение коэффициента детерминации ближе к единице, тем лучше качество регрессии. Также коэффициент детерминации позволяет узнать, пригодно ли уравнение регрессии для практического использования, т.е. определяет способность регрессионной модели к построению прогнозов (о достаточном качестве прогноза можно говорить, как правило, при значении коэффициента детерминации, большем 0.75 [6]). Под прогнозированием по парной регрессионной модели понимается нахождение неизвестных значений зависимой переменной для тех значений регрессора, которых нет в исходном наборе наблюдений.

Одним из методов определения вида зависимости на этапе спецификации для парной регрессионной модели является графический метод, заключающийся в построении диаграммы рассеивания (корреляционного поля), которая позволяет произвести визуальный анализ исходного набора наблюдений. Для этого в прямоугольной системе координат по оси абсцисс отмечают значения независимой переменной, по оси ординат - значения зависимой переменной. Расположение построенных таким образом точек определяет характер зависимости двух переменных. Ширина разброса точек указывает на степень тесноты связи: если точки расположены близко друг к другу - связь относительно тесная, а если разбросаны широко - связь слабая [6].

В зависимости от вида связи парные регрессионные модели делятся на линейные и нелинейные. Случай, когда для набора наблюдений в качестве аппроксимирующей функции выступает линейная функция, заслуживает

отдельного внимания. Тогда регрессионное уравнение зависимости объясняемой (зависимой) переменной y_i от объясняющей (независимой) переменной (регрессора) x_i можно записать в виде:

$$y_i = a + b\,x_i + \mathcal{E}_i,\ i=1,\ldots,n\ , \qquad (1)$$

где x_i - неслучайная (детерминированная) величина, y_i и ошибка $\mathcal{E}_i$ - случайные величины, a и b – параметры.

На этапе параметризации парной линейной регрессионной модели (1) производится количественная оценка значений параметров a и b. Т.е., по сути, из бесконечного множества всех прямых плоскости необходимо выбрать такую, к которой точки (x_i,y_i) прилегают «наиболее тесным образом» (линию регрессии). В качестве меры тесноты такого прилегания могут выступать различные критерии. Соответственно, для нахождения параметров a, b модели (1) используют различные математические методы.

Наиболее распространенным методом оценки параметров регрессии является метод наименьших квадратов, в котором в качестве меры близости точек наблюдений от искомой прямой (линии регрессии) выбирается сумма квадратов отклонений, на минимизации которой и основывается сам метод. Достоинствами данного метода являются легкость вычислений и хорошие статистические свойства, недостатком – чувствительность к «выбросам».

Наряду с методом наименьших квадратов применяется и другой подход к оцениванию параметров линейного регрессионного уравнения – получивший популярность в начале XX века благодаря Рональду Фишеру метод максимального правдоподобия, основанный на максимизации функции правдоподобия, равной произведению плотностей вероятностей отдельных наблюдений.

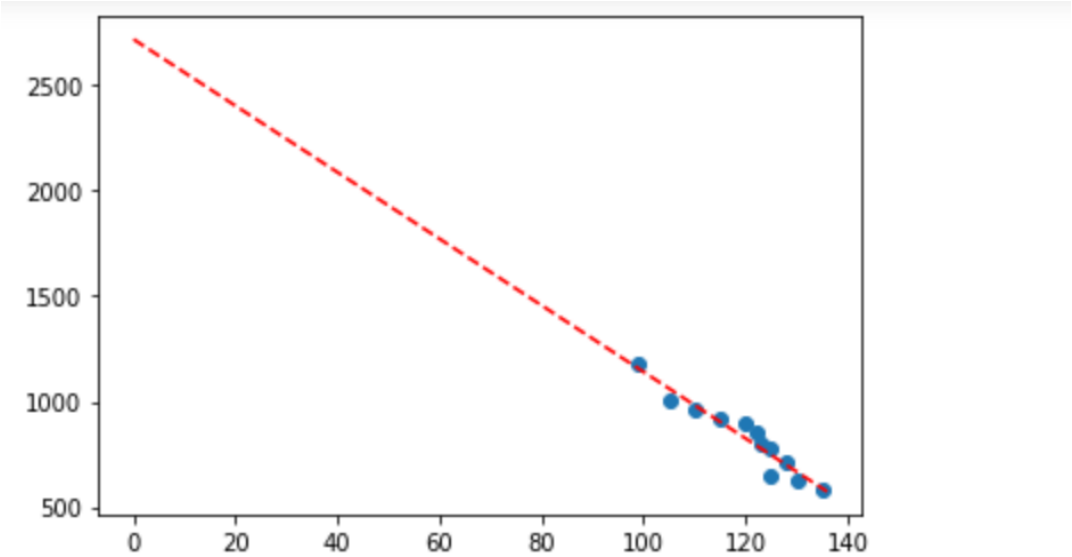
Применяя информационные технологии вследствие трудоемкости исследования регрессионной модели даже с небольшим числом факторов, автором создан программный продукт на языке Python, реализующий для заданного набора наблюдений на основе представленных математических методов нахождение для линейной нормальной парной регрессии:

- оценок $\hat{a}$ и $\hat{b}$ параметров a и b методом наименьших квадратов, их стандартных отклонений $s_{\hat{a}}$ и $s_{\hat{b}}$, несмещенной оценки s^2 дисперсии ошибок σ^2;

- оценок $\hat{a}_{ML}$ и $\hat{b}_{ML}$ параметров a и b методом максимального правдоподобия, смещенной оценки $\hat{\sigma}^2{}_{ML}$ дисперсии ошибок σ^2;

- оценки качества регрессии (коэффициента детерминации R^2).

Далее представлены результаты работы данного программного продукта и содержательная интерпретация полученных результатов в терминах предметной области на основе исследования регрессионной модели спроса (объема продаж) на продукцию малого предприятия быстрого питания [5].



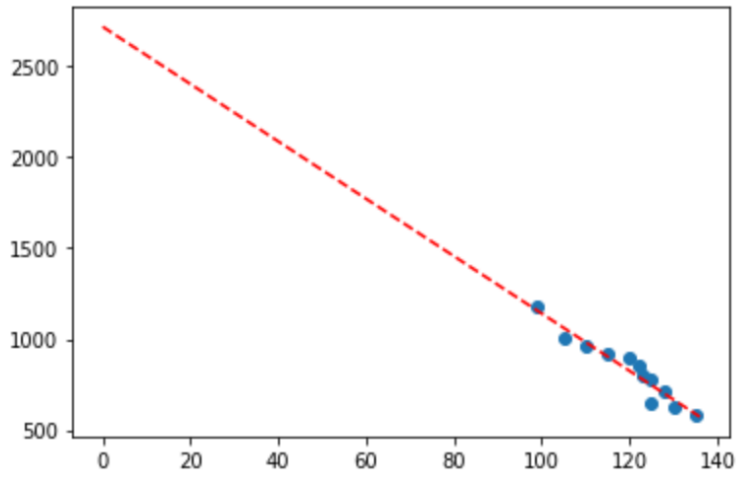

```
Уравнение аппроксимирующей прямой: Y =  -15.7 * X + 2717.6
Стандартные отклонения оценок коэффициентов регрессии:
Sb = 1.4     Sa = 174.9
Несмещенная оценка дисперсии ошибок: S^2 = 2631.5
Коэффициент детерминации: R^2 = 0.9
```

Рис. 1. Результаты решения методом наименьших квадратов

Построенная диаграмма рассеивания (рис.1) демонстрирует, что точки наблюдений группируются возле прямой линии, что отражает линейную зависимость между количеством проданного товара и его ценой, причем с

ростом цены продажи уменьшаются. Такое поведение согласуется с выводами экономической теории.

Полученные в результате работы программного продукта оценки $\hat{a}_{ML} = \hat{a} = 2717.6$ и $\hat{b}_{ML} = \hat{b} = -15.7$ подтверждают теоретический вывод о том, что оценки параметров *a*, *b* метода максимального правдоподобия совпадают с оценками метода наименьших квадратов. Оценка $\hat{b}_{ML} = \hat{b}$ = - 15.7 параметра *b* указывает, что при увеличении цены товара на 1 рубль продажи сократятся в среднем на 16 штук. Средний коэффициент эластичности $\overline{Э} = \hat{b}\,\bar{x}/\bar{y}$ = - 2.27 позволяет определить, что при увеличении цены на 1% (от своего среднего значения) продажи сократятся в среднем на 2.27%.



Оценки максимального правдоподобия: a = 2717.6 b = -15.7 σ^2 = 2192.9

Рис. 2. Результаты решения методом максимального правдоподобия

Одновременное изображение исходных данных набора наблюдений и линии регрессии (рис.2) явно демонстрирует, что построенная линейная регрессионная модель достаточно качественно описывает исследуемую взаимосвязь количества проданного товара и цены. Т.к. коэффициент детерминации R^2 = 0.9, то построенная линейная регрессионная модель адекватна, и возможно ее практическое применение для прогнозирования.

При этом можно заметить, что изменение продаж товара на 90% объясняется изменением его цены и на 10% вызвано влиянием прочих, неучтенных в модели, факторов.

Проведенные исследования имеют широкую область применения при анализе деятельности различных предприятий, в том числе для определения уровня риска предпринимательских решений, когда мерой будущего успеха, в смысле прибыльности деятельности, выступают вероятностные характеристики будущего спроса на продукцию и определяющих его факторов [3].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Капустин Д.О. Моделирование распределений и оценивание неизвестных параметров при построении экономико-математической модели // Докл. VII Научно-практическая студенческая конференция «Молодежь и предпринимательство: проблемы теории и практики», Н. Новгород, 12 декабря 2019 г. – С.1073-1078.
2. Кузнецов Ю.А., Перова В.И., Семенов А.В. Математические методы моделирования в гуманитарных и социально-экономических исследованиях – Н. Новгород: изд-во ННГУ, 2014 г. – 136 с.
3. Кемаева М.В., Кемаев К.В., Капустин Д.О. Математическое моделирование спроса на потребительском рынке // Наука и бизнес: пути развития. 2020. № 8 (110). С.102-107.
4. Болдыревский П.Б., Зимина С.В. Эконометрика: Учебное пособие – М.: КноРус, 2016 г. – 225 с.
5. Магнус Я.Р., Катышев П.У., Пересецкий А.А. Эконометрика. Начальный курс. – М.: Дело, 2004 г. – 576 с.
6. Каморников С.Ф., Каморников С.С. Эконометрика: Учебное пособие – М.: Интеграция, 2012 г. – 262 с.

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ РФ

Копкина Е.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современном российском обществе проблема цифровизации региональной экономики является наиболее актуальной. В первую очередь, это связано со сложившейся ситуацией в стране, а именно пандемией, которая заставила все организации в сжатые сроки перейти на новые условия работы. В России разработана национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [1]. Главной задачей этой программы является выделение большего количества денежных средств на развитие цифровой экономики, а также создание таких условий, чтобы все организации и домашние хозяйства в стране преимущественно использовали отечественные программы управления. Следует отметить, что показатель цифровизации является одним из важных условий устойчивого экономического развития Российской Федерации [2].

В настоящей работе для анализа влияния цифровизации региональной экономики на экономическую безопасность РФ используются данные, представленные на сайте Федеральной службы государственной статистики за 2019 год [3]:

- X_1 – удельный вес организаций, использовавших Интернет (%);
- X_2 – доля организаций, использовавших персональные компьютеры, в общем числе обследованных организаций (%);
- X_3 – удельный вес занятых в секторе ИКТ в общей численности занятого населения (%);
- X_4 – доля высших образовательных учреждений, реализующих образовательные программы с использованием дистанционных

образовательных технологий для реализации основных образовательных программ (%);

- X_5 – доля организаций, использовавших системы электронного документооборота (%);
- X_6 – объем инвестиций в основной капитал, направленных на приобретение информационного, компьютерного и телекоммуникационного (ИКТ) оборудования (без субъектов малого предпринимательства и объема инвестиций, не наблюдаемых прямыми статистическими методами) (млн. руб.);
- X_7 – число персональных компьютеров на 100 работников (шт.);
- X_8 – организации, имеющие веб-сайт (%);
- X_9 – число абонентов фиксированного широкополосного доступа в Интернет на 100 человек населения (ед.);
- X_{10} – доля организаций, использующих широкополосный доступ к сети Интернет (%).

Для проведения исследований выбран особый тип нейронных сетей – самоорганизующиеся карты (СОК) Кохонена, реализованные в программном пакете Deductor. Отличительной особенностью такой нейронной сети является обучение без учителя и визуализация результатов нейросетевого моделирования [2].

Результатом нейросетевого моделирования является отображение с учетом топологии десятимерного пространства исходных данных в двумерное пространство. СОК Кохонена распределения регионов Российской Федерации по кластерам показана на рис. 1.

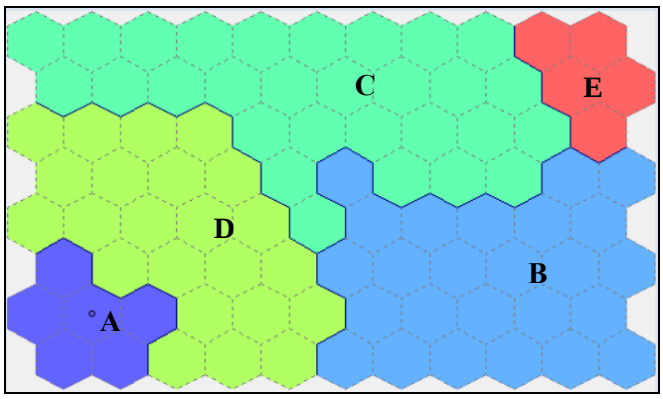


Рис. 1. Карта Кохонена распределения регионов РФ по кластерам за 2019 г.

Распределение количества регионов Российской Федерации по 5 кластерам представлено в табл. 1.

Таблица 1

Распределение количества регионов РФ по кластерам

Наименование кластера	Количество регионов РФ
A	4 (4.7%)
B	25 (29.4%)
C	35 (41.2%)
D	17 (20%)
E	4 (4.7%)

Наглядное изображение количества кластеров приведено на рис. 2.

Из анализа данных табл. 1 и рис. 2 следует, что наибольшее число регионов вошло в состав кластера C, а наименьшее – в кластеры A и E.

Табл. 2 демонстрирует подробный состав кластеров.

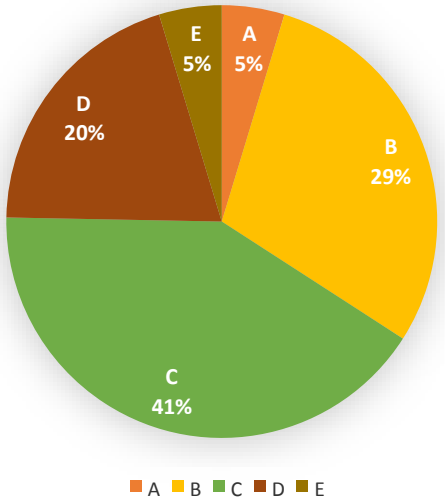


Рис. 2. Диаграмма распределения количества регионов РФ по кластерам за 2019 г.

Данные табл. 2 констатируют, что распределение регионов по кластерам не зависит от их принадлежности к федеральным округам. Регионы Приволжского Федерального округа вошли в состав кластера B: Республика Марий Эл, Оренбургская область, Саратовская область; и кластера C: Республика Башкортостан, Республика Мордовия, Республика Татарстан, Удмуртская Республика, Чувашская Республика, Пермский край, Кировская область, Нижегородская область, Пензенская область, Самарская область, Ульяновская область**.**

Средние значения исследуемых показателей, характеризующих развитие цифровизации в регионах Российской Федерации, по кластерам и общее среднее по РФ значение представлены в табл. 3.

Из данных табл. 3 следует, что показатель «Удельный вес организаций, использовавших Интернет» (X_1) и показатель «Доля организаций, использовавших персональные компьютеры, в общем числе обследованных организаций составляет» (X_2), принимают значения в регионах кластеров B, C и E, превышающее общероссийские. Показатель «Удельный вес занятых в секторе ИКТ в общей численности занятого населения по Российской Федерации» (X_3) принимает значение выше средних по России в регионах кластеров C и E. «Доля высших образовательных учреждений, реализующих

образовательные программы с использованием дистанционных образовательных технологий для реализации основных образовательных программ по РФ» (X_4) находится на уровне ниже общероссийских значений в регионах кластеров В и Е.

Таблица 2

Интеграция регионов России по кластерам

Название кластера	Регионы РФ
Кластер A	Республика Дагестан, Республика Северная Осетия – Алания, Чеченская Республика, Республика Тыва;
Кластер B	Ненецкий АО, Архангельская область, Калининградская область, Ленинградская область, Мурманская область, Псковская область, Республика Калмыкия, Республика Крым, Краснодарский край, Астраханская область, Ростовская область, г. Севастополь, Республика Ингушетия, Карачаево-Черкесская Республика, Ставропольский край, Республика Марий Эл, Оренбургская область, Саратовская область, Ямало-Ненецкий АО, Республика Алтай, Республика Хакасия, Камчатский край, Приморский край, Амурская область, Чукотский АО;
Кластер C	Белгородская область, Брянская область, Владимирская область, Воронежская область, Ивановская область, Калужская область, Костромская область, Липецкая область, Рязанская область, Смоленская область, Тамбовская область, Тверская область, Ярославская область, Республика Карелия, Вологодская область, Новгородская область, Республика Башкортостан, Республика Мордовия, Республика Татарстан, Удмуртская Республика, Чувашская Республика, Пермский край, Кировская область, Нижегородская область, Пензенская область, Самарская область, Ульяновская область, Курганская область, Свердловская область, Тюменская область, Челябинская область, Красноярский край, Кемеровская область, Забайкальский край, Хабаровский край;
Кластер D	Курская область, Московская область, Тульская область, Республика Коми, Республика Адыгея, Волгоградская область, Кабардино-Балкарская Республика, Ханты-Мансийский АО – Югра, Алтайский край, Иркутская область, Омская область, Томская область, Республика Бурятия, Республика Саха (Якутия), Магаданская область, Сахалинская область, Еврейская АО;
Кластер E	Орловская область, г. Москва, г. Санкт-Петербург, Новосибирская область.

Значение показателя «Доля организаций, использовавших системы электронного документооборота» (X_5) выше общего среднего по России значения в регионах кластеров B, C и E. Также «Наибольший объем инвестиций в основной капитал, направленных на приобретение информационного, компьютерного и телекоммуникационного оборудования» (X_6) выше среднероссийского только в регионах кластера E. Показатель «Число персональных компьютеров на 100 работников» выше общего среднего значения по РФ в регионах кластеров C и E. Показатель «Организации, имеющие веб-сайт» (X_8) характеризуется значениями ниже

средних по России в регионах кластеров A и D. «Число абонентов фиксированного широкополосного доступа в Интернет на 100 человек населения» (X_9) больше общероссийских значений в регионах кластеров C и E.

Таблица 3

Среднее значение показателей развития цифровизации регионов РФ

Показатели	Кластеры					
	A	B	C	D	E	Среднее по РФ
X_1	71.025	92.26	92.751	89.329	92.95	90.909
X_2	73.625	94.236	95.1	92.571	94.225	93.288
X_3	0.925	1.268	1.563	1.135	3	1.428
X_4	69.55	18.664	73.166	81.935	53.825	57.809
X_5	49.775	70.828	72.877	68.494	72.225	70.28
X_6	1510.375	3239.82	4163.751	4995.488	77418.25	7380.76
X_7	44.25	48.04	48.771	46.706	61.25	48.518
X_8	41.825	51.764	52.289	48.988	56.425	51.176
X_9	7.525	17.084	22.137	18.671	32.05	19.736
X_{10}	80.775	78.552	71.083	80.782	79.8	76.086

Значение показателя «Доля организаций, использующих широкополосный доступ к сети Интернет» (X_{10}) ниже среднего значения по РФ только в регионах кластера C.

На основе проведенного исследования можно сделать вывод, что наибольшее развитие цифровизации наблюдается в регионах, распределившихся в кластерах C и E. При этом в состав кластера C вошли 11 регионов ПФО, а в состав кластера E регионы: Орловская область, г. Москва, г. Санкт-Петербург и Новосибирская область.

Таким образом, кластерный анализ на основе нейросетевого моделирования многомерных статистических данных сделал возможным выявление дифференциации регионов России по рассматриваемым

показателям, которые характеризуют развитие их цифровизации. Полученные в работе результаты показали, что для обеспечения экономической безопасности страны необходим организационно-управленческий подход, который позволит активизировать инновационную деятельность регионов в направлении увеличения их цифровизации. Регулирование данной сферы деятельности может обеспечить развитие стабильности и экономической безопасности регионов и РФ в целом [4]. Результаты работы могут быть полезны для корректировки управленческих решений с целью обеспечения экономической безопасности страны.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации». URL: http://government.ru/info/35568/ (дата обращения 19.11.2020).
2. Кузнецов Ю.А., Перова В.И., Семиков Д.С. Информационные и коммуникационные технологии как фактор развития цифровой экономики в Российской Федерации // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки, 2017, № 4 (48), с. 38–47.
3. Федеральная служба государственной статистики. URL: https://rosstat.gov.ru/ (дата обращения 10.11.2020).
4. Власов М.В. Цифровая экономика как основное направление повышения уровня экономической безопасности региона (на примере субъектов центрального федерального округа РФ) // Вестник Пермского университета. Экономика, том 15. №2, с. 271 – 287.
5. Перова В.И. Нейронные сети. Часть 2. Нижний Новгород: Издательство Нижегородского госуниверситета, 2012. 111 с.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

Крылова Е.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Банковская система развивается и расширяется с каждым годом, вместе с ней увеличивается и количество функций сотрудников. Чаще всего, их выполнение приносит большие затраты по времени, при этом нужно понимать, что к таким функциям относится решение достаточно простых задач – связаться с клиентом, составить договор, ответить на вопрос и т.д. Для того чтобы облегчить работу сотрудников банка, исключить вероятность ошибок и человеческий фактор, в таких организациях существует IT-отдел, который занимается разработкой программ, выполняющих эти простые функции. Для повышения качества работы используют искусственный интеллект.

Искусственный интеллект и, в частности, машинное обучение впервые появились для решения задач в сфере риск-менеджмента (управление рисками, ликвидностью, доходностью). Если мы возьмем, например, Сбербанк России [2], то на данный момент там решается масса задач из таких сфер, как:

- Automated Decision Support & Scoring – автоматизация процессов
- Computer Vision – идентификация пользователей
- Natural Language Processing – обработка и понимание естественного языка
- Automated Machine Learning – автоматизированное обучение машин на основе пользовательских данных
- Recommender system – оценивание вероятности интереса клиента к разным продуктам
- Speech Analytics – распознавание и синтез речи

Под искусственным интеллектом и машинным обучением подразумевают алгоритмы, которые решают задачи, характерные для взаимодействия человека с внешней средой. Когда искусственный интеллект рассматривается с точки зрения банковского сектора, то к внешней среде можно отнести консультации по продуктам компании, подготовку юридических документов, обработку жалоб и предложений, подтверждение личности клиента, сегментация клиентов и др.

В данной статье мы более подробно разберем обработку естественного языка в банковском секторе.

Обработка естественного языка – возможность машиной «понимать» информацию, полученную от пользователя, и генерировать новую.

Статистика показывает [5], что данное направление занимает важное место и становится более популярным с каждым годом (рис.1):

Рис. 1. Динамика популярности обработки естественного языка по всему миру за последние пять лет

Это объясняется тем, что обработка естественного языка может помочь автоматизировать и упростить множество важнейших процессов. Кроме того, в комбинации с другими направлениями они могут предоставить возможности, каких нет, в любой сфере – здравоохранение, безопасность, социальная сфера и др.

Если смотреть со стороны банковской системы, то предельно понятно, что это бизнес, который предоставляет некие услуги, и для того, чтобы

улучшить их качество, нужно знать мнение своих клиентов. Несколько лет назад, этим занимались сотрудники банков, но сейчас занимается программа, которая использует технологию обработки естественного языка. С ее помощью банки могут заниматься постоянным мониторингом и отслеживать сильные и слабые стороны. Более того, количество отзывов пользователей может достигать нескольких тысяч, и их автоматизированная обработка сокращает время работы в десятки раз.

Данная задача называется «анализ мнений» или «анализ тональности текста». Этот тип обработки естественного языка часто использует машинное обучение.

Здесь нужно сразу отметить, что существуют некоторые сложности такого анализа. Например, существуют слова, которые имеют разный смысл в разном контексте. Кроме того, смысл и тональность текста зависит от его стиля, средств выразительности и многого другого. Так, например, фраза «Ну ты молодец!» подразумевает обратное сказанному.

Каким образом происходит работа данной программы:

Клиенты банка могут оставлять отзывы – жалобы, предложения или обычные сообщения, которые содержат в себе некую информацию. Помимо отзывов существует чат с банком, где пользователи приложения также общаются с представителем банка или чат-ботом (также пример обработки естественного языка). После того, как потенциальный клиент или существующий клиент банка оставляет некую информацию в качестве текста, программа начинает его обработку. Допустим, есть следующее сообщение:

«Обслуживание мне понравилось. Банк прекрасно справляется со своими функциями!»

Мы видим, что данное сообщение несет в себе позитивный смысл. Но программа видит лишь набор символов. Задачей машинного обучения является научить машину «понимать» текст наравне с человеком.

Рассмотрим основные шаги обработки текста с помощью машинного обучения:

Первый шаг (этап) – предобработка текста. Текст представляют в виде массива слов, этот процесс называется «токенизация». Из текста удаляют стоп слова (это слова, которые часто используют, но они не несут в себе никакой важной информации), избавляются от пунктуации, приводят все буквы к нижнему регистру, оставляют от слов только корень или их начальную форму (лемматизация).

Следующий шаг – векторизация текста. Под векторизацией подразумевается конвертация текста в числа. Рассмотрим несколько способов как это можно сделать.

1. Один из простых и наиболее популярных способов это – «Мешок слов». Он создает матрицу, где строки – отдельный текст, столбцы – слова в этом тексте. Ячейка, где строка пересекается со столбцом, содержит в себе число, равное количеству вхождений слова из столбца в соответствующем тексте [7].

2. Другой возможный способ - использование модели TF-IDF (Term Frequency – Inverse Document Frequency).

TF – частота встречаемости слова в документе. Ее можно посчитать разными способами (один из таких способов – бинарный), но наиболее популярный – лог нормализация. Данная мера оценивает важность слова внутри одного документа (текста).

IDF – понижающая значимость слов мера. Ее формула выглядит следующим образом:

$$idf(t,D) = \log\left(\frac{N}{|\{d \in D: t \in d\}|}\right)$$

где N – количество всех рассматриваемых документов, $|\{d \in D: t \in d\}|$ - количество документов d, где встречается слово t.

TF-IDF – произведение двух мер, причем TF – повышающий множитель, а IDF – понижающий. В результате слова с большим весом –

часто встречающиеся слова в данном документе и редко в других. Здесь можно отсеять слова с маленьким весом [6].

3. Еще один вариант – использовать уже готовое обученное векторное представление слов и использовать уже его. К таким предобученным языковым моделям относят Word2Vec, BERT, ELMO и др. Все они на вход принимают «кусок» текста и на выходе выдают вектор. Отличительной чертой таких моделей является то, что они способны «различать» значения слов.

После векторизации наступает этап классификации. Классификация – финальный этап, когда программа выдает результат анализа тональности текста.

Здесь также можно применять различные методы:

1. Логистическая регрессия. Это статистический метод для анализа данных. Он часто используется для решения подобных анализу мнений задач. Метод считает вероятности, однако, на выходе мы всегда получаем ответ 0|1. Почему это происходит.

В случае логистической регрессии мы строим сигмоидную функцию, формула которой будет выглядеть следующим образом:

$$h\left(x^{(i)}, \theta\right) = \frac{1}{1 + \exp\left(-\theta^T x(i)\right)}$$

где θ – матрица-столбец весов слов в $x^{(i)}$, $x^{(i)}$ – матрица-столбец i-ое сообщение.

Таким образом, полученные значения h будут принадлежать промежутку (0;1). Если h>0.5, то текст позитивный, иначе негативный (рис.2) [7].

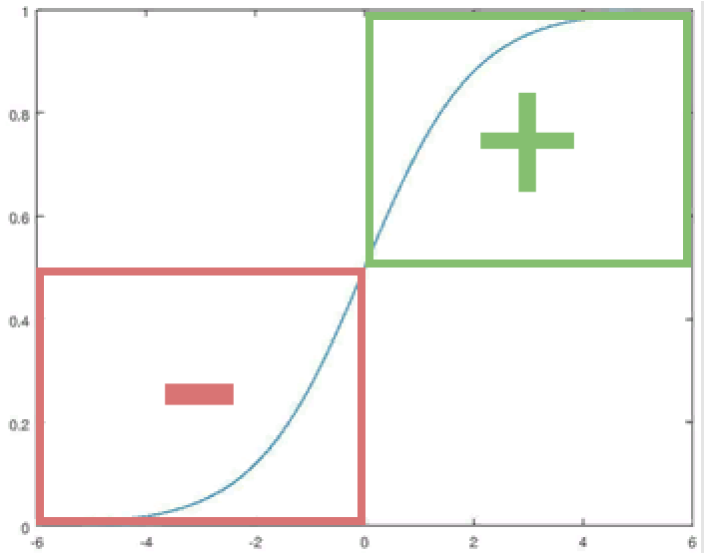


Рис. 2. Сигмоидная функция

2. Naïve Bayes (Наивный байесовский классификатор). Данный классификатор основан на применении теоремы Байеса. В зависимости от вероятностной модели может обучаться более или менее эффективно. Данный классификатор считает произведение отношений вероятностей слов:

$$\prod_{i=1}^{m} \frac{P(w_i|positive)}{P(w_i|negative)}$$

Если данное произведение превышает 1, то предложение позитивное, если меньше единицы, то негативное, иначе – нейтральное [3].

3. Рекуррентные нейронные сети. Данная модель обладает так называемой «памятью». Ее часто используют при обработке естественного языка, так как основой РНС является последовательное использование информации, кроме того, они запоминают информацию, на основе которой могут предсказывать, что будет сказано дальше, то есть генерировать новую информацию [7].

После использования одного из классификаторов мы получаем готовый результат. Здесь нужно учитывать, что различные комбинации методов векторизации с классификаторами дают разные проценты точности. Поэтому к выбору данных моделей стоит подходить тщательно, чтобы процент был максимальный.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Сравнение методов оценки тональности текста Авторы: Павлов Юрий Николаевич, Майструк Кирилл Александрович Рубрика: Математика Опубликовано в Молодой учёный №12 (116) июнь-2 2016 г. Дата публикации: 12.06.2016
2. Официальный сайт Сбербанка AI – URL: http://sberbank.ai/dsai/ (дата обращения 25.11.2020)
3. Natural Language Processing for Online Applications. Text Retrieval, Extraction and Categorization (Peter Jackson Isabelle Moulinier Thomson Legal & Regulatory)
4. Применение методов text mining для классификации информации, распространяемой в социальных сетях Автор: Горковенко Дмитрий Константинович Рубрика: Информационные технологии Опубликовано в Молодой учёный №14 (118) июль-2 2016 г. Дата публикации: 18.07.2016
5. Официальный сатй Google Trends – URL: https://trends.google.ru/trends/explore?date=today%205-y&q=%2Fm%2F05flf (дата обращения 25.11.2020)
6. Автоматическая обработка текстов на естественном языке и компьютерная лингвистика : учеб. пособие / Большакова Е.И., Клышинский Э.С., Ландэ Д.В., Носков А.А., Пескова О.В., Ягунова Е.В. — М.: МИЭМ, 2011. — 272 с.
7. Neural Network Methods in Natural Language Processing: Yoav Goldberg, Morgan & Claypool, 2017 – 310 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА РОССИИ

Мандрик М.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность данной темы состоит в том, что основу современной экономики, инноваций, науки, новейших технологий составляет человеческий капитал, которому отводится важная роль в формировании социально-экономического развития общества.

Предметом исследования являются основные показатели, характеризующие уровень человеческого капитала страны.

Цель работы: исследовать процессы образования и развития человеческого капитала.

Поставлены следующие задачи для достижения цели работы, которые необходимо решить:

1. Ознакомиться с данными, характеризующими уровень человеческого капитала России;
2. Провести анализ динамики данных показателей и сделать выводы.

В современном мире технологий и инноваций человеческий капитал (ЧК) имеет важную роль для социально-экономического развития общества. Он закладывает основу развития новой экономики, информационных систем, инноваций и новых технологий, потому что мировая экономика характеризуется стремительным переходом стран к этапу развития производительных сил: от индустриального этапа, где основой являлось крупное механизированное машинное производство, к постиндустриальной, где сменяется фокус на сферу науки, образования, услуг и инноваций. Значимость производства материальных благ не потеряет свою актуальность, но его эффективность будет определяться в первую очередь использованием новейших технологий, уровнем знаний высококвалифицированных кадров работников и методов эффективного управления процессами.

Теория «человеческого капитала» является закономерным результатом развития мировой философской и социально-экономической концепции. В середине XX века проблемы, связанные с человеческим капиталом, начали рассматриваться западными учёными-экономистами, но теория человеческого капитала затрагивалась учёными ещё в период формирования экономики как отдельной науки. В концепции о человеческом капитале, которая была разработана ещё в начале 1960-х гг. американскими учёными-экономистами Т. Шульцем, Г. Беккером и Д. Минсером освещалось, что

человеческий капитал – это созданный и накопленный человеком запас знаний, умений, мотиваций, способностей и здоровья в результате инвестиций, который помогает росту показателя производительности труда и уровня доходов человека [1]. Учёными был изложен способ подхода к человеческому поведению, а также обосновано значение эффективного вложения в человеческий капитал. На рисунке 1 представлен процесс капитализации человеческого капитала:

Рис. 1. Капитализация человеческого капитала

На сегодня существуют большое количество подходов к объяснению человеческого капитала. Многие учёные считают, что человеческий капитал представлен в форме запаса знаний, умений, навыков и мотивации. Понятие человеческого капитала также трактуют как особый вид капитала, полученный в процессе обучения и освоения практической деятельности людей. Данное трактование подчёркивает способность людей участвовать в производстве. В ходе изучения человеческого капитала можно отметить следующие его особенности:

- Человеческий капитал представлен в виде знаний, умений рабочих и управленческих навыков;

- Человеческий капитал накапливается непрерывно;
- Инвестиции в человеческий капитал в большинстве закреплены за конкретным человеком.

Инновационному развитию отводится особое значение, потому что данный фактор позволяет обрести процессу формирования и развития человеческого капитала эффективный характер. Инновационное развитие представляет собой формирование финансовой, социальной, производственной и научно-технической деятельности в условиях современного мира.

Россия направляет свои силы на инновационное развитие для достижения экономического превосходства, поэтому исследование и анализ проблемы формирования и развития человеческого капитала является очень актуальным, потому что влияние на экономическую ситуацию в стране при данном курсе оказывают, непосредственно, знания, наука, умения, способности и профессионализм человека, который лежит в основе разработки новейших технологий и инноваций.

Инвестиции в человеческий капитал являются важным фактором в формировании человеческого развития. В состав инвестиций входят в большей степени расходы на образование (общее и специальное, расходы на подготовку на новом месте и расходы на повышение квалификации), здравоохранение и медицину (профилактика заболеваний, медицинское обслуживание и расходы на улучшение жилищных условий), а также на формирование у работника необходимых знаний, ценностей и этических норм.

Рассматривая понятие в узком смысле, будем говорить о том, что человеческий капитал – это мера воплощенной в человеке способности получать и приносить доход предприятию. Согласно экономической теории Стэнли Фишера, человеческий капитал включает в себя врождённые способности, талант, образование и квалификацию человека [6]. Если обобщить все представления понятия «человеческий капитал», то можно

выделить три основных фактора: здоровье, образование и профессиональные навыки, а также социальный капитал.

Подойдём к исследованию человеческого капитала в России со стороны анализа рейтинга стран мира по уровню развития человеческого капитала. В бюллетене «Российское образование в контексте индекса человеческого капитала», которое было опубликовано Аналитическим центром при Правительстве РФ, пишут о том, что Россия входит в состав группы стран- лидеров с высоким показателем уровня человеческого капитала. Согласно данным за 2018 год, страна занимает 34-е место из 157 стран мира. Доходы населения и отдача отраслей экономики растут в зависимости от того, как происходят вложения в образование, которые представлены в виде инвестиций в человеческий капитал и влияют на повышение уровня качества рабочей силы страны. В представленных данных статистики уровень доходов людей, имеющих высшее образование, в России превышает среднее значение показателя более 14%. Россия входит в число стран мира, которые достигли наилучшие показатели в части развития ЧК за последние несколько лет. В ходе оценивания уровня человеческого капитала специалисты Всемирного банка определили, что Россия входит в состав группы стран с высоким уровнем показателя человеческого капитала. Данный показатель характеризует траекторию развития ребёнка, начиная от рождения и до его совершеннолетия. Рассматриваются следующие показатели: вероятность достижения ребёнком 5-ти летнего возраста, ожидаемая продолжительность обучения в начальной и средней школе с поправкой на качество образования, рассматриваются показатели отставания в росте, а также вероятность того, что дети в 15-ти летнем возрасте доживут до возраста 60 лет. На данное время существует прогноз о том, что показатель производительности труда человека, который родился в 2018 году в Российской Федерации, по достижению им возраста восемнадцати лет составит 73% от уровня, который возможен при условии, что человек получит полное образование и будет полностью здоров. Численное значение

показателя выше по региону Европы и Центральной Азии, а также превышает средний уровень среди стран, где доход выше среднего [4].

При исследовании уровня человеческого капитала учитывают не менее важный показатель, как индекс человеческого развития (в переводе Human Development Index). Этот показатель является комбинированным и выпускается Программой развития Организации Объединённых Наций (ПРООН). Показатель индекса человеческого развития (ИЧР) используют в специальных докладах при изучении проблемы о развитии человечества. При измерении уровня человеческого развития учитывают следующие факторы:

- Ожидаемая продолжительность жизни человека;
- Уровень грамотности и образования населения страны;
- Уровень жизни, который оценивается через показатель валового национального дохода (ВНД) на душу населения по паритету покупательной способности.

Исследование включает оценку 189 государств и составление долгосрочного прогноза уровня человеческого развития [5]. Согласно данным расчёта ИЧР ОНН 2018г., Россия занимала 43-е место и также входила в группу стран-лидеров. По информации, представленной в декабре 2019 года, Российская Федерация занимает 49-ю позицию в рейтинге со значением 0,824. Вхождение в топ-50 стран по индексу человеческого развития, обеспечивает России нахождение в группе стран с очень высоким ИЧР. На рисунке 2 представлены основные топ-10 стран с максимальным значением данного показателя.

Рис. 2. Страны-лидеры с самым максимальным показателем ИЧР

Современное состояние экономики мира переживает глобальный кризис. Пандемия COVID-19 поставила под угрозу все достижения, которые добились страны за последнее десятилетие в областях здравоохранения и науки. Последствия пандемии сильно отражаются на всех сферах жизни общества. В Индексе человеческого капитала (ИЧК) за 2020 год отражены данные до марта текущего года. Исследование охватывает 174 страны, на которые приходится 98% населения мира. До начала эпидемии во многих странах наблюдалась положительная динамика в формировании и развитии человеческого капитала. Результаты исследования показывали, что ребёнок, который родился в типичной стране, по достижению им возраста восемнадцати лет составит 56% от значения потенциального уровня ЧК, при условии того фактора, что человек получит полное образование и будет полностью здоров. Пандемия оказала сильное влияние на формирование ЧК. Отмечается, что последствия COVID-19 особенно могут отразиться на женщинах и бедных семьях, объясняя это тем, что многие становятся уязвимыми из-за бедности и теряют продовольственную безопасность. Необходима защита человеческого капитала, и чтобы её обеспечить нужно защитить людей и инвестиции, чтобы скорее выйти на путь экономического

роста в перспективе. В ИЧК 2020 года отражается динамика за последнее десятилетие, и на период последнего исследования отмечается динамика роста в здравоохранении. Связано это с тем, что показатель доли детей, которые доживают до 5-ти лет и дети в возрасте 15-ти лет, которые доживают до 60 лет, а также показатели роста объёма зачисления детей в учебные учреждения увеличился, но в условиях пандемии может произойти обратная динамика [3].

Также был опубликован доклад Всемирного банка «COVID-19 и человеческий капитал», который был основан на исследовании пятидесяти стран, включая Россию. В докладе отмечается, что ключевой фактор, влияющий на экономику настоящего и будущего времени, стала пандемия. Всемирный банк оценивает качество российского образования на высоком уровне, также упоминается о здоровье россиян: индекс человеческого капитала достигается за счёт улучшения здоровья, которое измеряется уровнем выживаемости взрослого населения. Акцент делается именно на системе образования и здоровья, потому что данные компоненты напрямую влияют на производительность труда следующего поколения работников и управленцев, а, следовательно, на конкурентоспособность государства [2]. Также в докладе представлены рекомендации по восстановлению экономического уровня страны:

- Необходимо сделать упор на инвестирование медицины и здравоохранения, путём расширения охвата медицинскими услугами и повышения их качества;
- Необходимо улучшить образовательные и научные результаты наряду с увеличением уровня показателя объема по зачислению в школы;
- Уделить отдельное внимание, путём социальной защиты более уязвимым семьям, пострадавшим в условиях пандемии.

Проведённое исследование доказало, что человеческий капитал занимает важную роль в жизни любого государства. Ознакомились и проанализировали данные, характеризующие понятие, структуру и развитие

человеческого капитала. Данный анализ показал, что уровень человеческого капитала в последние несколько лет улучшился, это связано с повышением качества здравоохранения и науки, а также увеличения числа квалифицированных работников, что оказывает роль на повышение показателя производительности труда. COVID-19 негативно отразился на всех сферах экономической жизни государства. Пандемия особенно повлияла на здоровье миллионов людей и нарушила уровень образования миллионов детей. Для того, чтобы в скором времени восстановить уровень экономики, правительства должны сделать упор на инвестировании в человеческий капитал.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Беккер Г. Человеческий капитал. Воздействие на заработки инвестиций в человеческий капитал США: экономика, политика, идеология. 1993. № 11. – С.109-119.
2. Всемирный банк. 2020. Europe and Central Asia Economic Update, Fall 2020: COVID-19 and Human Capital. Вашингтон, округ Колумбия: Всемирный банк. URL: https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/34518 (дата обращения: 27.11.2020 год).
3. Всемирный банк. 2020. Обновление индекса человеческого капитала 2020 года: человеческий капитал во времена COVID-19. Всемирный банк, Вашингтон, округ Колумбия. Всемирный банк. URL: https://openknowledge.worldbank.org /handle/10986/34432 (дата обращения: 27.11.2020 год).
4. Золотарёва Е. В России высокий уровень человеческого капитала// Экономика и жизнь. 2019. №5(9771). URL:https://www.eg-online.ru/article/393518 (дата обращения: 27.11.2020 год).
5. Официальный сайт гуманитарного портала. Индекс человеческого развития. URL: https://gtmarket.ru/ratings/human-development-index#russia (дата обращения: 27.11.2020 год).
6. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика: Пер. с англ. 2-го изд. — М.: Дело, 2001. — 829 с.

ДИСПЕРСИОННЫЙ АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ ГАБОН

Мендонго Кумба Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Без сомнений образование является одним из ключевых факторов благополучия и экономического развития любой страны. Поэтому очень важно, чтобы в стране была благоприятная ситуация для наилучшего развития образования. Как известно, лучше всего процесс идет, когда существуют образовательные кластеры, поэтому представляется важным выявить регионы страны, в которых более высокий уровень образования.

Дисперсионный анализ [1] является достаточно мощным статистическим инструментарием для анализа влияния различных факторов и вместе с тем его реализация в пакете Excel [2] доступна практически любому пользователю.

Целью данной работы являлось применение дисперсионного анализа для изучения статистических данных по образованию в республике Габон в 2008 году.

Габон, (Габонская Республика), является страной, расположенной в Центральной Африке, пересекаемой экватором, граничащим с востоком, юго-востоком и югом Республики Конго, к северо-западу от Гвинеи. Экваториальный и северный Камерун (рис 1). Бывшая французская колония, Габон независим с 17 августа 1960 года.

Небольшое население, большие лесные ресурсы и обилие нефти сделали Габон одной из самых процветающих стран Африки. Это действительно страна с самым высоким индексом развития человеческого потенциала в странах Африки к югу от Сахары, согласно Организации Объединенных Наций, с вторым по величине доходом на душу населения после Экваториальной Гвинеи и перед Ботсваной. ВВП увеличился более чем

на 6% в год за период 2010-2012 гг. Однако из-за неравного распределения доходов значительная часть населения остается бедной.

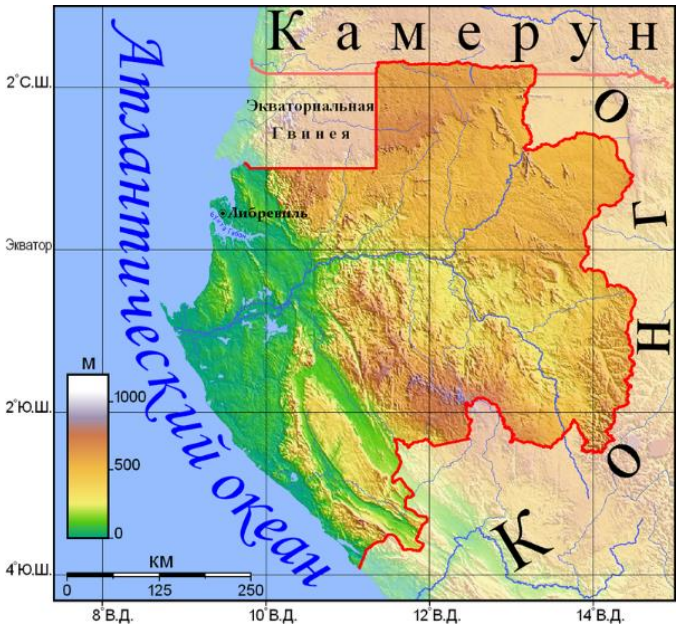


Рис. 1. Карта Габона

Габон разделен на 9 провинций, каждая из которых возглавляется губернатором: Эстуарий, Верхнее Огове, Среднее Огове, Нгуние, Ньянга, Огове-Ивиндо, Огове-Лоло, Приморское Огове Волё-Нтем. Общая численность населения страны по переписи 2013 года составляет 1811 тыс. чел. Средняя продолжительность жизни на 2011 год 62 года.

Численность населения провинций Габона [3] представлена в таблице 1:

Таблица 1.

Численность населения провинций Габона

Регион	Численность населения, чел.
Эстуарий	895689
Верхнее Огове	250799
Среднее Огове	69287
Нгуние	100838

Ньянга	52854
Огове-Ивиндо	63293
Огове-Лоло	65771
Приморское Огове	157562
Волё-Нтем	154986

По численности населения провинции можно разделить на 2 группы: густонаселенные (Эстуарий, Верхнее Огове, Приморское Огове, Волё-Нтем) и малонаселенные (Среднее Огове, Нгуние, Ньянга, Огове-Ивиндо, Огове-Лоло). Также 9 провинций можно разделить согласно их географическому положению на прибрежные (Эстуарий, Ньянга, Приморское Огове) и остальные (Верхнее Огове, Среднее Огове, Нгуние, Огове-Ивиндо, Огове-Лоло, Волё-Нтем).

Одним из наиболее важных факторов развития страны является ее человеческий капитал, одной из характеристик которого может быть система образования. Габонская система образования касается всех государственных и частных учреждений в Габоне, функция которых заключается в обеспечении и развитии системы образования по всей стране. Габонская школьная система в основном государственная, светская, бесплатная и обязательна с 6 до 16 лет.

Рассмотрим два абсолютных показателя системы образования по провинциям Габона [3]: численность студентов и численность преподавателей (табл. 2).

Таблица 2

Численность студентов и численность преподавателей в Габоне

Регион	Численность студентов, чел.	Численность преподавателей, чел.
Эстуарий	143 120	3 412
Верхнее Огове	40 263	714
Среднее Огове	15 838	310

Нгуние	26 051	469
Ньянга	12 405	233
Огове-Ивиндо	19 839	289
Огове-Лоло	14 282	256
Приморское Огове	52 362	751
Волё-Нтем	24 226	795

На основании этих данных рассчитаем два относительных показателя, которые позволят проводить сравнительный анализ регионов по характеристикам образования (табл. 3):

Далее с помощью однофакторного дисперсионного анализа в пакете Excel тестировалась гипотеза о влиянии группирующих признаков (степени населенности и географического расположения региона) на показатели образовательной системы в Габоне.

Таблица 3

Показатели системы образования в Габоне

Регион	Количество студентов на 1000 чел. населения, чел.	Количество студентов на 1 преподавателя, чел.
Эстуарий	159.79	41.95
Верхнее Огове	160.54	56.39
Среднее Огове	228.59	51.09
Нгуние	258.35	55.55
Ньянга	234.70	53.24
Огове-Ивиндо	313.45	68.65
Огове-Лоло	217.15	55.79
Приморское Огове	332.33	69.72
Волё-Нтем	156.31	30.47

Рассмотрим влияние населенности региона на среднее количество студентов среди населения. Результаты дисперсионного анализа приведены на рис. 2.

13							
14							
15	Однофакторный дисперсионный анализ						
16							
17	ИТОГИ						
18	*Группы*	*Счет*	*Сумма*	*Среднее*	*Дисперсия*		
19	густонаселенные	4	808,9637373	202,2409343	7524,373428		
20	малонаселенные	5	1252,228021	250,4456043	1466,509743		
21							
22							
23	Дисперсионный анализ						
24	*Источник вариации*	*SS*	*df*	*MS*	*F*	*P-Значение*	*F критическое*
25	Между группами	5163,756012	1	5163,756012	1,271004243	0,296734573	5,591447851
26	Внутри групп	28439,15926	7	4062,737037			
27							
28	Итого	33602,91527	8				
29							

Рис. 2. Результаты однофакторного дисперсионного анализа для количества студентов на 1000 чел. населения

Если провинция относится к густонаселенным, то среднее количество студентов составляет 202. Если провинция относится к малонаселенным, то среднее количество составляет 250. Поскольку p-значение, равное 0.297 (в ячейке F25), больше 0.15, можно сделать вывод об отсутствии влияния степени населенности региона на относительную численность студентов в регионе.

Далее рассмотрим влияние населенности региона на среднее количество студентов на одного преподавателя. Результаты дисперсионного анализа приведены на рис. 3.

14							
15	Однофакторный дисперсионный анализ						
16							
17	ИТОГИ						
18	*Группы*	*Счет*	*Сумма*	*Среднее*	*Дисперсия*		
19	густонаселенные	4	198,5328209	49,63320523	291,8243178		
20	малонаселенные	5	284,3126295	56,86252589	47,04993333		
21							
22							
23	Дисперсионный анализ						
24	*Источник вариации*	*SS*	*df*	*MS*	*F*	*P-Значение*	*F критическое*
25	Между группами	116,1401719	1	116,1401719	0,764315201	0,410969981	5,591447851
26	Внутри групп	1063,672687	7	151,953241			
27							
28	Итого	1179,812859	8				
29							
30							

Рис. 3. Результаты однофакторного дисперсионного анализа для количества студентов на одного преподавателя

Если провинция является густонаселенной, то среднее количество студентов на одного преподавателя составляет 49.63 чел. Если провинция является малонаселенной, то среднее количество студентов на одного

преподавателя– 56.86 чел. Поскольку p-значение, равное 0.41, больше 0.15, можно сделать вывод, об отсутствии влияния степени населенности региона на соотношение численностей студентов и преподавателей в регионе.

Теперь проанализируем влияние географического положения на среднее количество студентов на 1000 чел. населения. Результаты дисперсионного анализа приведены на рис. 4.

14							
15	Однофакторный дисперсионный анализ						
16							
17	ИТОГИ						
18	*Группы*	*Счет*	*Сумма*	*Среднее*	*Дисперсия*		
19	прибрежные	3	726,8170716	242,2723572	7485,371995		
20	остальные	6	1334,374687	222,3957812	3568,402946		
21							
22							
23	Дисперсионный анализ						
24	*Источник вариации*	*SS*	*df*	*MS*	*F*	*P-Значение*	*ритическое*
25	Между группами	790,1565483	1	790,1565483	0,168565401	0,69366607	5,591448
26	Внутри групп	32812,75872	7	4687,53696			
27							
28	Итого	33602,91527	8				
29							
30							

Рис. 4. Результаты однофакторного дисперсионного анализа для количества студентов на 1000 чел. населения

Если провинция является прибрежной, то среднее количество студентов составляет 243. Если провинция попадает в категорию остальные, то среднее количество студентов составляет 223. Поскольку p-значение, равное 0.69 (в ячейке F25), больше 0.15, можно сделать вывод об отсутствии влияния местоположения региона на относительную численность студентов в регионе.

И последним этапом данного исследования был анализ влияния географического положения на среднее количество студентов на 1 преподавателя. Результаты дисперсионного анализа приведены на рис. 5.

14							
15	Однофакторный дисперсионный анализ						
16							
17	ИТОГИ						
18	*Группы*	*Счет*	*Сумма*	*Среднее*	*Дисперсия*		
19	прибрежные	3	164,909452	54,96981733	195,1332323		
20	остальные	6	317,9359984	52,98933307	156,3403516		
21							
22							
23	Дисперсионный анализ						
24	*Источник вариации*	*SS*	*df*	*MS*	*F*	*P-значение*	*ритическое*
25	Между группами	7,844635821	1	7,844635821	0,046854897	0,834802259	5,591448
26	Внутри групп	1171,968223	7	167,4240318			
27							
28	Итого	1179,812859	8				
29							

Рис. 5. Результаты однофакторного дисперсионного анализа для количества студентов на одного преподавателя

Если провинция является прибрежной, то среднее количество студентов на 1 преподавателя составляет 55 чел. Если провинция попадает в категорию остальные, то среднее количество студентов на 1 преподавателя составляет 53 чел. Поскольку p-значение, равное 0.83 (в ячейке F25), больше 0.15, можно сделать вывод об отсутствии влияния местоположения региона на соотношение численностей студентов и преподавателей в регионе.

Таким образом, показатели образования статистически не различаются между густо- и малонаселенными провинции, а также они не зависят от местоположения региона. Поэтому можно сделать вывод о желательности создания университетских кластеров в республике Габон, что, как известно из мирового опыта, может привести к улучшению не только образованности населения, но и повысить уровень экономического развития страны.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Анализ данных: учебник для академического бакалавриата/ В.С. Мхитарян [и др.]; под редакцией В.С. Мхитаряна. М.: Издательство Юрайт, 2017. 490 с.

2. Винстон Уэйн Л. Microsoft Excel 2013. Анализ данных и бизнес-моделирование: Пер. с англ. СПб.: «БХВ-Петербург», 2015. 864 с.

3. www. knoema.ru/atlas/Габон (дата обращения: 20.10.2019).

НЕЙРОСЕТЕВОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ФАКТОРА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНОВ РОССИИ

Могутина Е.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Устойчивый экономический рост регионов Российской Федерации и страны в целом является значимой задачей реальной экономической политики [1, 2]. На современном этапе при формирования интенсивного вектора развития экономического потенциала основной движущей силой экономического роста являются инновации. Инновационный путь развития служит эффективным средством реструктуризации производства и формирования рынка высоких технологий. Современные разработки, информационные и ресурсосберегающие технологии будут содействовать повышению конкурентоспособности регионов. В связи с этим является актуальным исследование инновационной деятельности регионов России с целью оценки состояния и поиска направлений увеличения их инновационной активности.

В настоящей работе были использованы многомерные характеристики показателей инновационной активности регионов России. Исследование проведено на базе десяти показателей за 2017 г., которые представлены на сайте Федеральной службы государственной статистки [3]:

X1 – доля внутренних затрат на исследования и разработки, в процентах к валовому региональному продукту (ВРП) (%);

X2 – удельный вес сектора учреждений высшего образования во внутренних затратах на исследования и разработки (%);

X3 – численность персонала, занятого научными исследованиям и разработками (чел.);

X4 – коэффициент изобретательской активности (число отечественных патентных заявок на изобретения, поданных в России, в расчете на 10 тыс. чел. населения) (ед.);

X5 – прирост высокопроизводительных рабочих мест по субъектам Российской Федерации (%);

X6 – индекс производительности труда относительно уровня 2011 года (%);

X7 – используемые передовые производственные технологии (ед.);

X8 – инновационная активность организаций (%);

X9 – доля инновационных товаров, работ, услуг, в общем объеме экспорта товаров, работ, услуг организаций промышленного производства (%);

X10 – доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в валовом региональном продукте относительно уровня 2011 года (%).

Исследование десятимерного пространства показателей инновационного развития регионов России осуществлено с помощью нового подхода – кластерного анализа на основе нейросетевого моделирования. Для исследования были применены обучаемые без учителя нейронные сети [4 – 6]. Представителем этого класса нейронных сетей является самоорганизующиеся (СОК) Кохонена. Это особый вид нейронных сетей, которые обладают следующими особенностями:

а) отсутствием модельных ограничений при анализе многомерных данных;

б) СОК не требуют внешнего вмешательства в процесс обучения;

в) алгоритмы их обучения проецируют многомерное пространство входных данных с учетом топологии в двумерное пространство.

Применение таких нейронных сетей позволяет провести визуализацию получаемых результатов. Кластеризация исходных данных была осуществлена с применением СОК Кохонена и информационных технологий – пакета Deductor [7].

В результате кластерного анализа на базе нейронных сетей получено отображение десятимерного пространства исходных данных по 85 регионам России за 2017 г. на плоскость. Рис. 1 демонстрирует сегрегацию регионов РФ по 4 кластерам.

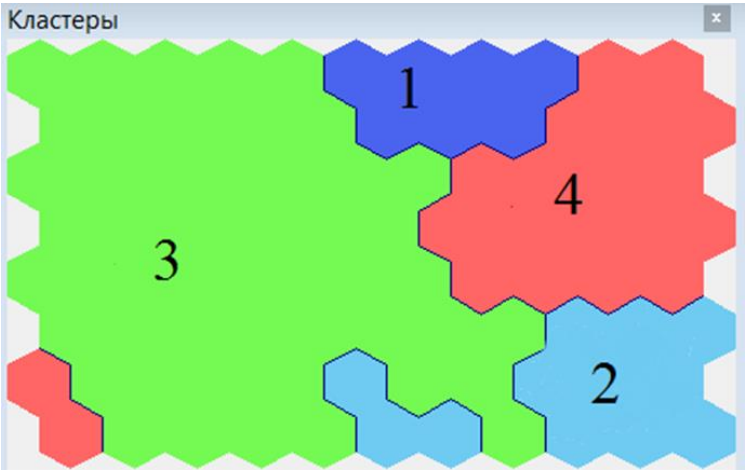


Рис. 1. СОК Кохонена – результат разделения регионов РФ на кластеры

В табл. 1 показан количественный состав регионов в каждом кластере.

Таблица 1

Число регионов РФ в кластерах

Кластеры	Год
	2017 г.
Кластер 1	5
Кластер 2	10
Кластер 3	54
Кластер 4	16

Результаты, приведенные в табл. 1 констатируют, что разделение регионов на кластеры асимметрично: большая часть регионов находится в кластере № 3, а наименьшая – в кластере № 1.

Состав региональных кластеров представлен в табл. 2.

Таблица 2

Кластерная структура

Кластер № 1	Архангельская область, Республика Крым, г. Севастополь, Ямало-Ненецкий автономный округ, Тюменская область
Кластер № 2	Калужская область, Московская область, г. Москва, г. Санкт – Петербург, Республика Башкортостан, Нижегородская область, Ульяновская область, Свердловская область, Челябинская область, Новосибирская область
Кластер № 3	Брянская область, Владимирская область, Костромская область, Курская область, Орловская область, Смоленская область, Тамбовская область, Тверская область, Республика Карелия, Республика Коми, Ненецкий автономный округ, Волгоградская область, Калининградская область, Ленинградская область, Мурманская область, Новгородская область, Псковская область, Республика Адыгея, Астраханская область, Волгоградская область, Ростовская область, Республика Дагестан, Республика Ингушетия, Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Северная Осетия, Чеченская Республика, Удмуртская Республика, Пермский край, Кировская область, Оренбургская область, Самарская область, Саратовская область, Курганская область, Ханты-Мансийский автономный округ, Республика Алтай, Республика Бурятия, Республика Тыва, Республика Хакасия, Алтайский край, Забайкальский край, Красноярский край, Иркутская область, Кемеровская область, Омская область, Республика Саха, Камчатский край, Приморский край, Амурская область, Магаданская область, Сахалинская область, Еврейская автономная область
Кластер № 4	Белгородская область, Воронежская область, Ивановская область, Липецкая область, Рязанская область, Ярославская область, Краснодарский край, Ставропольский край, Республика Марий Эл, Республика Мордовия, Республика Татарстан, Чувашская Республика, Пензенская область, Томская область, Хабаровский край, Чукотский автономный округ

Статистические средние значения рассматриваемых показателей в кластерах и общероссийские показатели иллюстрирует табл. 3.

Таблица 3

Статистика инновационной активности регионов России за 2017 г.

Показатели	Номер кластера				Среднее по РФ
	1	2	3	4	
X1	0.572	2.6	0.5	0.52	0.76
X2	4.02	5.83	18.2	33.4	18.8
X3	2178	50925	2295	3907	8313
X4	1	2	1	2	1
X5	11.6	11.12	3.9	7.7	5.94
X6	67.4	112	113	114.2	110.4
X7	1671	9127	1822	2626	2825
X8	5.94	9.6	6	12.9	7.72
X9	0.24	11.8	2.8	20.34	7.02
X10	11.6	110.3	101.6	107.2	98.4

Исходя из результатов анализа данных в табл. 3, можно заметить, что значения показателей X2, X3, X9, X10 в кластере № 1 намного ниже общероссийских средних показателей.

Данные табл. 3 демонстрируют, что значение показателя «Доля внутренних затрат на исследования и разработки» (X1) является максимальным в кластере № 2 и оно больше общего по РФ значения практически в 3.5 раза. В других кластерах данный показатель находится на уровне ниже общероссийского значения.

Следует отметить, что большинство показателей инновационной деятельности регионов кластера № 2 превышают их значимость по РФ. Исключение составляет показатель «Удельный вес сектора учреждений высшего образования во внутренних затратах на исследования и разработки» (X2), поскольку его величина ниже общероссийской почти в 4 раза.

Кластер № 3 является единственным кластером, в котором значение индекса «Прирост высокопроизводительных рабочих мест по субъектам Российской Федерации» (X5) ниже по сравнению со средним значением по РФ. Этот показатель в других кластерах превышает общероссийские значения.

В кластере № 4 все показатели превышают среднероссийские показатели, за исключением показателей «Доля внутренних затрат на исследования и разработки, в процентах к валовому региональному продукту (ВРП) » (X1) и «Используемые передовые производственные технологии» (X7), которые ниже средних по России показателей, а значение других показателей выше или на уровне общероссийских.

Данные табл. 3 позволяют сделать вывод, что показатели инновационного развития регионов кластера № 2 являются самыми высокими по сравнению с показателями других кластеров. Это свидетельствует о неравномерности развития инновационного вектора в деятельности регионов России.

Следует отметить, что разделение регионов на кластеры не зависит от их принадлежности к федеральным округам. Регионы Приволжского Федерального округа (ПФО), вошедшие в № 2: Нижегородская область, Республика Башкортостан, Ульяновская область, характеризуются наибольшей инновационной активностью. Другие регионы ПФО вошли в состав кластера № 3: Саратовская область, Самарская область, Кировская область, Оренбургская область, Пермский край, Удмуртская Республика и № 4: Республика Татарстан, Пензенская область, Республика Марий Эл, Республика Мордовия, Чувашская Республика.

Таким образом, проведенное исследование обеспечило практическую и целесообразную научную основу для анализа инновационной активности регионов Российской Федерации. Результаты исследования показали, что кластерный анализ на базе нейронный сетей с использованием информационных технологий является эффективным методов анализа

многомерных данных. Полученные результаты могут оказать помощь при разработке дорожных карт инновационного развития российских регионов с целью обеспечения и укрепления их экономической безопасности и Российской Федерации в целом [9, 10].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Кузнецов Ю.А., Перова В.И., Умилина А.Ю. Динамика инновационного развития финансового сектора экономики регионов России в контексте экономической безопасности страны // Развитие и безопасность. 2019. № 2. С. 37–43.
2. Перова В.И., Зайцева К.В. Исследование динамики инновационной деятельности регионов России с применением нейросетевого моделирования // Экономический анализ: теория и практика. 2017. Т. 16. № 5. С. 887–901.
3. Федеральная служба государственной статистики. URL: https://gks.ru/bgd/regl/b18_14p/Main.htm. (дата обращения: 05.11.2020).
4. Перова В.И. Нейронные сети: Учебное пособие. Н. Новгород: Изд-во Нижегородского госуниверситета, 2012. Часть 2. 111 с.
5. Перова В.И. Нейронные сети в экономических приложениях. Часть 2. Нейронные сети, обучаемые без учителя: Учебное пособие. Н. Новгород: Изд-во Нижегородского госуниверситета, 2012. 135 с.
6. Kohonen T. The Self-Organizing Map // Proceedings of the Institute of Electrical and Electronics Engineers. 1990. Vol. 78. Iss. 9. Pp. 1464–1480.
7. Аналитическая платформа Deductor. URL: https://basegroup.ru/deductor/description (дата обращения: 05.11.2019).
8. Митяков С.Н., Митяков Е.С., Романова Н.А. Экономическая безопасность регионов Приволжского федерального округа // Экономика региона. 2013. №3 (35). С. 81–91.
9. Лапаев Д.Н. Многокритериальный анализ состояния экономической безопасности в социальной сфере // Экономика и предпринимательство. 2016. № 10-1 (75-1). С. 798–804

ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Новикова И.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Одной из составляющих экономического развития, которая характеризует положительную динамику движения экономики, является экономический рост. Тема исследования и моделирования экономического роста является наиболее актуальной в настоящее время, т.к. рост уровня благосостояния во много от него зависит. Уровень и качество жизни увеличиваются при росте производственного потенциала и при ускорении темпов экономического роста страны.

С точки зрения экономической науки, экономический рост – это долгосрочная тенденция увеличения реального ВВП [3]. Т.е. реальный ВВП не обязательно должен расти каждый год, важен именно тренд (направление движения экономики). При анализе экономического роста и развития рассматривают продолжительный период времени и изучают изменение реального ВВП и производственных возможностей, а также увеличение ВВП при полной занятости ресурсов (потенциальный ВВП).

Таким образом, можно рассматривать экономический рост как качественное и количественное изменение производительности факторов производства. Стандартными показателями, которые измеряют экономический рост, являются: рост реального ВВП за определенный период времени, рост реального ВВП на душу населения. С точки зрения статистики, следует использовать годовой темп роста ВВП в процентах, который рассчитывается по формуле:

$$T = \frac{Y_i}{Y_{i-1}} * 100 \qquad (1)$$

где Y_i- значение реального ВВП для текущего года, Y_{i-1}- значение реального ВВП для предшествующего года.

Понимание сути и причин экономического роста позволит сгладить цикличность экономического развития и сделать экономические спады не такими болезненными для всех участников рынка и менее длительными.

Экономический рост можно разделить на два типа: экстенсивный и интенсивный. Простое увеличение количества производственных ресурсов приводит к экстенсивному экономическому росту. Такой рост конечен и не слишком эффективен. Тогда как, модернизация производства, улучшение качества факторов производства и применение достижений научно-технологического прогресса приводит к интенсивному типу экономического роста.

Поэтому инновации можно считать основой развития экономики страны, они обычно тесно связаны с экономическим ростом. Внедрение инноваций в какую-либо отрасль производства способствует ее постепенному развитию.

Рассмотрим определение инновации. Инновация - это внедренное нововведение, которое обеспечивает качественное повышение эффективности процессов или продуктов, востребованных рынком. Это конечный результат интеллектуальной деятельности человека, его воображения, творческого процесса, открытий, изобретений и рационализации.

Существует множество трактовок данного понятия, но во всех определениях встречаются одинаковые ключевые слова: новая информация, новейший продукт, усовершенствование технологического процесса, структурирование управления организацией с нововведениями, усовершенствование системы управления организацией.

Для большей наглядности, рассмотрим понятие «инновация» на практике на примере компании «Газпром».

Так, обратимся к примеру усовершенствования технологического процесса. Для роста уровня энергосбережения и увеличения товарной производительности магистральных газопроводов, компания постоянно

совершенствует специальное внутреннее покрытие для труб, разрабатывает новые методы повышения давления в них. Появление новой технологии можно увидеть в изобретении технологий горизонтального бурения (увеличение длины горизонтального участка скважины и количества стадий гидравлического разрыва пласта). Такая технология направлена на повышение эффективности бурения и рентабельное увеличение добычи. Немаловажную роль с наше время играет повышение экологичности производства, поэтому множество инноваций связаны как раз с данным параметром. Поэтому «Газпром» активно внедряет новые технологии для повышения экономичности газотурбинных установок и центробежных компрессоров газоперекачивающих агрегатов. Все это значительно увеличивает экологичность и энергоэффективность.

Таким образом, инновационное развитие является одним из важнейших элементов, определяющих развитие социально-экономических аспектов жизни страны и регионов. При отсутствии инноваций экономическая система просто достигла бы устойчивого равновесия. Оно, в свою очередь, препятствовало бы дальнейшему развитию национальной экономики.

В таблице 1 представлены данные по финансированию НИОКР в федеральных округах РФ за 2016-2019 гг. Из нее видно, что финансирование из бюджетных средств по РФ за указанный период уменьшилось, а вот во финансирование внебюджетными средствами в 2019 г. стал выше, чем в 2016 г. Это говорит о том, что коммерческие организации имеют возможность и потребность вкладывать больше средств для создания инноваций. Также можно заметить, что за 201-2019 гг. увеличилось государственное финансирование менее развитых субъектов РФ (Сибирский, Дальневосточный и Северо-Кавказский федеральные округа). При этом внебюджетных средств в данных регионах стало меньше. Наблюдается увеличение финансирования из внебюджетных средств в Центральном федеральном округе.

Таблица 9

(процентов)

Субъект РФ	Внутренние затраты на исследования и разработки по источникам финансирования:							
	бюджетные средства				внебюджетные средства			
	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
Российская Федерация	65,9	63,8	64,3	64,4	34,1	36,2	35,7	35,6
Центральный федеральный округ	69,8	68,4	68,3	67,2	30,2	31,6	31,7	32,8
Северо-Западный федеральный округ	56,2	49,6	52,2	54,4	43,8	50,4	47,8	45,6
Южный федеральный округ	67,2	60,9	59,0	65,6	32,8	39,1	41,0	34,4
Северо-Кавказский федеральный округ	62,8	61,6	64,4	68,3	37,2	38,4	35,6	31,7
Приволжский федеральный округ	65,6	63,6	62,5	62,9	34,4	36,4	37,5	37,1
Уральский федеральный округ	54,0	51,2	49,4	51,1	46,0	48,8	50,6	48,9
Сибирский федеральный округ	66,4	72,0	74,2	74,4	33,6	28,0	25,8	25,6
Дальневосточный федеральный округ	76,3	63,5	82,0	80,5	23,7	36,5	18,0	19,5

В России статистика инноваций начинается с 1994 г. Согласно Гунину В.Н. [1], показатели оценки инноваций можно разделить на следующие группы: затратные показатели; показатели, характеризующие динамику инновационного процесса; показатели обновляемости и структурные показатели.

В таблице 2 представлены основные показатели по группам.

Важной частью проблемы экономического роста при реализации инноваций является научный потенциал и инновационная восприимчивость, потому что они ведут к развитию и росту потенциальных возможностей всей организации. Важно, что внедрение новых технологий подразумевает наличие четкого плана, без которого не возможно достижение прогресса и, соответственно, экономического роста в любом секторе.

Если компании внедряют инновации в свое производство и системы управления, то это способствует росту доходов организаций, что способствует росту уровня ВВП, поэтому развитие каждой фирмы обуславливает экономический рост и развитие государства в целом.

Так, компания «Газпром», реализуя один из своих проектов по созданию технологий разработки баженовской свиты (баженовская свита – это состояние, при котором нефть залегает и образует промышленное скопление в том же месте, где образовалась), значительно увеличивает вклад

нефтегазовой отрасли в экономику России, тем самым стимулируя экономический рост. Важность этого проекта для государства и нефтегазовой отрасли подтверждается присвоением статуса национального. Успешная реализация технологического проекта позволит освоить новые запасы, создать до 10 000 рабочих мест в сфере машиностроения, создать до 6 000 рабочих мест в нефтесервисном секторе услуг, заместить импорт технологий и оборудования, а также возобновить активную работу на традиционных производственных площадях.

Таблица 10

Группа показателей	Наименование
Затратные показатели.	1. удельные затраты на НИОКР в объеме продаж, которые характеризуют показатель наукоемкости продукции фирмы; 2. удельные затраты на приобретение лицензий, патентов, ноу-хау; 3. затраты на приобретение инновационных фирм; 4. наличие фондов на развитие инициативных разработок.
Показатели, характеризующие динамику инновационного процесса	1. показатель инновационности ТАТ; 2. длительность процесса разработки нового продукта (новой технологии); 3. длительность подготовки производства нового продукта; 4. длительность подготовки производства нового продукта; 5. длительность производственного цикла нового продукта.
Показатели обновляемости	1. количество разработок или внедрений нововведений продуктов и нововведений-процессов; 2. показатели динамики обновления портфеля продукции (удельный вес продукции, выпускаемой 2, 3, 5, и 10 лет);

При отсутствии инноваций наступает период застоя, экономика не развивается, то есть экономический рост невозможен, как следствие, происходит падение ВВП и регресс экономики в целом. То есть улучшая производство и товар, человек затем грамотно использует полученные знания для улучшения других аспектов жизни, повышая ее благосостояние и качество жизни в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гунин В.Н., Баранчеев, В.П.,Устинов В.А., Ляпина С.Ю. Управление инновациями.- М.: Издательство «ИНФРА-М»,1999.
2. З. А. Васильева, Т. П. Лихачёва. Инновационные факторы экономического роста территорий: монография– Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2012. – 108 с.
3. Матвеева Т.Ю.. Введение в макроэкономику [Текст] : учеб. пособие / Т. Ю. Матвеева; Гос. ун-т — Высшая школа экономики. — 5-е изд., испр. — М.: Изд. дом ГУ ВШЭ,2007. - 511, [1] с.. 2007
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: учебник для Вузов. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел – Синтез», 2007. 327 с.
5. https://www.gazprom.ru/ Пресс-центр. Инновации. (дата обращения: 24.11.2020).
6. https://rosstat.gov.ru/ (дата обращения: 24.11.2020).

НЕЙРОСЕТЕВОЙ АНАЛИЗ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ЭКОСИСТЕМ

Подольская А. М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В условиях становления инновационной экономики и жесткой конкурентной борьбы, в связи с быстрым развитием науки и технологий важно внедрять новые эффективные подходы для формирования региональных инновационных экосистем. Существует множество понятий инновационной экосистемы. Например, под инновационными экосистемами понимается совокупность организационных, политических, экономических, экологических и технологических систем инноваций, с помощью которых стимулируется рост бизнеса. Характеристики, определяющие инновационную экосистему, следующие: связи и зависимости субъектов

инновационной экосистемы; общие цели и задачи, формирующиеся на экосистемном уровне; общие системы знаний, умений, технологий.

Применение современных технологий и платформ дает возможность управляющим компаний и частным лицам снижать издержки взаимодействия и устанавливать более тесные связи с государственными структурами и хозяйствующими объектами. В ходе совершенствования технологий формируется электронная (цифровая) экономика, т.е. та, в основе которой лежат сетевые сервисы [1–3]. Существует два варианта цифровой трансформации. Первый вариант предполагает запуск новых решений или сервисов на основе собственных компетенций и инвестиций. Второй вариант – формирование экосистемы, т. е. развитие партнёрства. Получается, что каждой фирме нужно будет выбрать: сформировать собственную экосистему, присоединиться к существующей экосистеме либо закрыть бизнес.

Экосистемное региональное развитие подразумевает под собой систему взаимодействия регионов, которая включает в себя как конкуренцию, так и сотрудничество. Экосистемы привлекательны из-за новых возможностей, которые они создают для товаров и услуг с использованием цифровых платформ, искусственного интеллекта, технологий Интернета и новых инструментов для сбора и анализа данных [3].

В данной работе проведено исследование развития цифровой экономики в контексте развития региональных инновационных экосистем на основе девяти показателей за 2019 г. Исследование основано на применении нейронных сетей – самоорганизующихся карт (СОК) Кохонена [4]. В качестве инструмента проведения нейросетевого моделирования выбран аналитический пакет Deductor [5]. Самоорганизующиеся карты, разработанные Т. Кохоненом, являются мощным аналитическим инструментом, который содержит две основные парадигмы анализа – кластеризацию и проецирование с учетом топологии. Это позволяет визуализировать многомерные данные на плоскости.

В настоящей работе для проведения нейросетевого анализа развития цифровой экономики в регионах Российской Федерации были использованы данные по 85 регионам РФ за 2019 г., представленные на сайте Федеральной службы государственной статистики [6]:

- X1 – доля организаций, использовавших Интернет (в общем числе обследованных организаций; %);
- X2 – доля организаций, имевших веб-сайт (% от общего числа обследованных организаций соответствующего субъекта РФ);
- X3 – число персональных компьютеров в расчете на 100 работников организаций (ед.);
- X4 – удельный вес занятых в секторе ИКТ в общей численности занятого населения (%);
- X5 – доля организаций, использовавших системы электронного документооборота (% от общего числа обследованных организаций соответствующего субъекта Российской Федерации);
- X6 – доля организаций, использующих широкополосный доступ к сети Интернет (% от общего числа обследованных организаций);
- X7 – уровень инновационной активности организаций (%);
- X8 – затраты на инновационную деятельность организаций (млн. руб.);
- X9 – разработанные передовые производственные технологии (ед.).

В ходе исследования посредством нейросетевого моделирования многомерное пространство исходных данных по регионам РФ за 2019 г. было проецировано на плоскость. Все регионы России распределились на 5 кластеров. Визуализация результатов представлена на рис. 1.

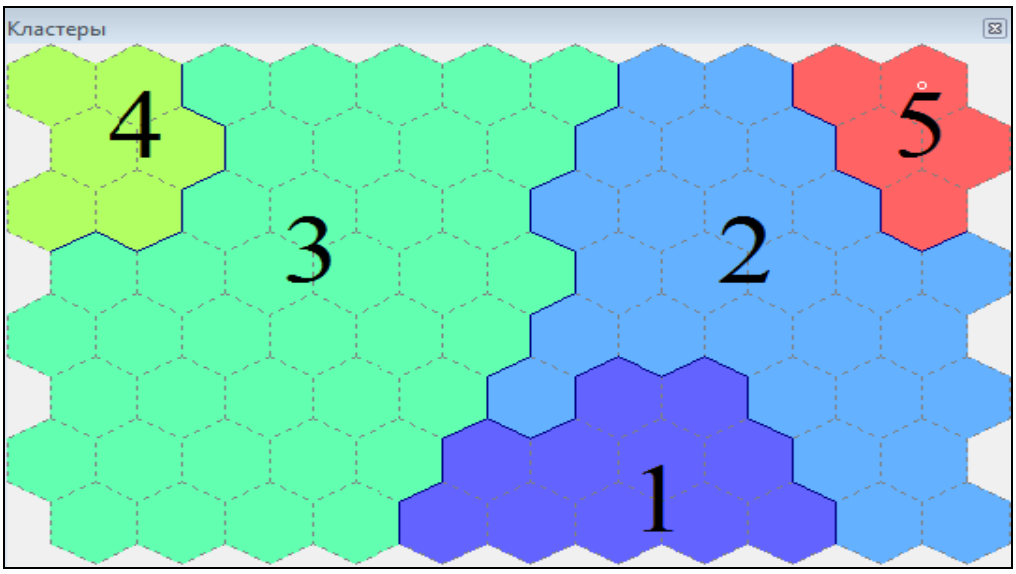


Рис. 1. СОК Кохонена за 2019 г.

Распределение количества регионов по 5 кластерам приведено на рис. 2.

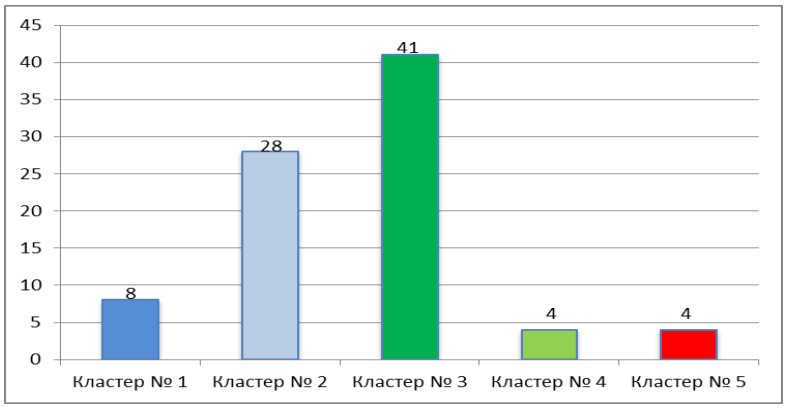


Рис. 2. Распределение регионов РФ по кластерам в 2019 г.

Из данных на рис. 1 и рис. 2 следует, что распределение регионов по кластерам является неравномерным и не зависит от их принадлежности к федеральным округам. Наибольшее число регионов входит в состав кластера № 3. Наименьшее количество регионов наблюдается в кластерах № 4 и № 5.

Табл. 1 иллюстрирует содержимое в каждом кластере конкретных регионов.

Из данных табл. 1 имеем, что в разрезе федеральных округов регионы Приволжского федерального округа (ПФО) распределились в кластеры № 1, № 2 и № 3. В кластер № 1 вошла Оренбургская область, в кластер № 2 –

Саратовская область. Кластер № 3 включил в себя следующие регионы: Республика Башкортостан, Республика Марий Эл, Республика Мордовия, Республика Татарстан, Удмуртская Республика, Чувашская Республика, Пермский край, Кировская область, Нижегородская область, Пензенская область, Самарская область, Ульяновская область.

Таблица 1

Регионы, составившие кластеры в 2019 г.

Номер кластера	Структура кластера
1	Тамбовская область, Ленинградская область, Республика Адыгея, Астраханская область, Республика Ингушетия, Ставропольский край, Оренбургская область, Республика Алтай
2	Костромская область, Курская область, Республика Карелия, Республика Коми, Ненецкий автономный округ, Архангельская область, Республика Калмыкия, Республика Крым, Краснодарский край, Волгоградская область, Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Саратовская область, Курганская область, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, Ямало-Ненецкий автономный округ, Республика Бурятия, Республика Хакасия, Забайкальский край, Красноярский край, Иркутская область, Кемеровская область, Омская область, Республика Саха (Якутия), Приморский край, Амурская область, Сахалинская область, Еврейская автономная область
3	Белгородская область, Брянская область, Владимирская область, Воронежская область, Ивановская область, Калужская область, Липецкая область, Орловская область, Рязанская область, Смоленская область, Тверская область, Тульская область, Ярославская область, Вологодская область, Калининградская область, Мурманская область, Новгородская область, Псковская область, Ростовская область, г. Севастополь, Республика Башкортостан, Республика Марий Эл, Республика Мордовия, Республика Татарстан, Удмуртская Республика, Чувашская Республика, Пермский край, Кировская область, Нижегородская область, Пензенская область, Самарская область, Ульяновская область, Свердловская область, Тюменская область, Алтайский край, Новосибирская область, Томская область, Камчатский край, Хабаровский край, Магаданская область, Чукотский автономный округ
4	Московская область, г. Москва, г. Санкт-Петербург, Челябинская область
5	Республика Дагестан, Республика Северная Осетия – Алания, Чеченская Республика, Республика Тыва

В табл. 2 приведена статистика средних значений анализируемых показателей, а также средние значения показателей по России.

Данные табл. 2 констатируют, что значения показателей «Доля организаций, использовавших Интернет» (X1), «Доля организаций, имевших веб-сайт» (X2), «Доля организаций, использовавших системы электронного документооборота» (X5) и «Доля организаций, использующих широкополосный доступ к сети Интернет» (X6) наибольшие в кластере № 4. Показатели «Число персональных компьютеров в расчете на 100 работников организаций» (X3), «Удельный вес занятых в секторе ИКТ в общей численности занятого населения (X4), «Уровень инновационной активности организаций (X7), «Затраты на инновационную деятельность организаций» (X8), «Разработанные передовые производственные технологии (X9) принимают наибольшие значения в кластере № 3.

Таблица 2

Средние значения показателей, характеризующие цифровую экономику России, по кластерам и общие средние значения показателей по РФ за 2019 г.

Показате-ли	Кластер №1	Кластер №2	Кластер №3	Кластер №4	Кластер №5	Среднее по РФ
X1	94.8	89.43	92.87	93.35	71.03	90.90
X2	60.11	46.95	52.45	59.2	41.83	51.18
X3	45.88	46.57	50.14	55.00	44.25	48.52
X4	0.95	1.1	1.69	2.55	0.93	1.43
X5	74.04	68.53	72.80	69.83	49.78	70.28
X6	91.6	83.99	88.48	89.08	67.4	86.33
X7	5.84	5.10	11.52	11.65	1.98	8.43
X8	8136.01	11843.09	18516.80	198900.28	662.2	22989.81
X9	6.00	5.90	14.88	163.25	3.75	17.54

В кластере № 4 значения всех показателей, кроме X5, выше среднего по России в 1 – 8.5 раз. В кластере № 3 также большинство показателей, за исключением X8 и X9, остаются выше среднего значения по РФ. Напротив,

показатели кластера № 5 имеют наименьшие значения среди всех кластеров и, соответственно, ниже общероссийских значений. В свою очередь, значения показателей кластеров № 1 и № 2 близки к средним значениям по России.

Полученные данные свидетельствуют о том, что развитие цифровой экономики по совокупности исследуемых показателей в контексте региональных инновационных экосистем в регионах, вошедших в кластер № 3 и кластер № 4, находится на более высоком уровне, чем в регионах, вошедших в кластеры № 1, № 2 и № 5. Более того, в соответствии с исследуемыми показателями регионы, вошедшие в кластер № 5, имеют самый низкий уровень в развитии цифровой экономики и экосистем.

Результаты исследования продемонстрировали, что цифровая экономика наиболее эффективно развивается в регионах: г. Москва, Московская область, г. Санкт-Петербург, Челябинская область, которые составили кластер № 4. Результаты проведенного исследования также показали, что в регионах кластера № 5: Республика Дагестан, Республика Северная Осетия – Алания, Чеченская Республика и Республика Тыва (кластер № 5) необходимы принятие комплекса мер и корректировка управленческих решений в целях увеличения уровня их инновационного развития.

Таким образом, предложенный в работе метод кластеризации статистических многомерных данных на базе нейросетевого моделирования является эффективным методом исследования, свободным от модельных ограничений. Результатом работы является выявление дифференциаций регионов Российской Федерации по рассматриваемым показателям в контексте развития региональных инновационных экосистем. Под региональным инновационным кластером будем понимать группу регионов РФ, уровень инновационного развития которых обусловлен экосистемным подходом. Определим кластеры № 3 и № 4 как экосистемный кластер с высоким уровнем инновационного развития; кластеры № 1 и № 2 –

экосистемный кластер со средним уровнем инновационного развития; кластер № 5 – экосистемный кластер с низким уровнем инновационного развития.

В современных условиях в соответствии со Стратегией научно-технологического развития Российской Федерации [7] инновационное развитие регионов России обеспечивает независимость и конкурентоспособность страны за счет использования потенциала региональных экосистемных инновационных кластеров.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Паньшин Б. Н. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-ekonomika-osobennosti-i-tendentsii-razvitiya (дата обращения: 12.11.2020).
2. URL: https://www.it-world.ru/it-news/security/143124.html (дата обращения: 12.11.2020).
3. Трофимов О. В., Захаров В. Я., Фролов В. Г. «Экосистемы как способ организации взаимодействия предприятий производственной сферы и сферы услуг в условиях цифровизации» // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2019. №4. С. 43-55.
4. Перова В. И. Нейронные сети в экономических приложениях. Часть 2. Нейронные сети, обучаемые без учителя: Учебное пособие. Н. Новгород: Изд-во Нижегородского госуниверситета, 2012. 135 с.
5. Аналитическая платформа Deductor. URL: https://basegroup.ru (дата обращения: 14.11.2020).
6. Федеральная служба государственной статистики. URL: https://gks.ru (дата обращения: 10.10.2020).
7. Указ Президента Российской Федерации от 01.12.2016 г. № 642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации» URL: http://kremlin.ru/acts/bank/41449 (дата обращения: 12.11.2020).

НЕОКЛАССИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА С УЧЕТОМ НЕОТДЕЛИМОЙ ФУНКЦИИ ПОЛЕЗНОСТИ

Реутенко К.Н.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность данной темы обуславливается тем, что экономический рост является одним из центральных объектов исследования современной макроэкономики. Он служит основой решения большинства социально-экономических проблем, является главным фактором цивилизационного прогресса, результатом развития науки, техники, институционального развития. В начале XX столетия начинают появляться первые модели экономического роста, а в 50-е годы формируется неоклассическая теория роста, которая лежит в основе большинства современных моделей.

Предпосылки, на которых строятся неоклассические модели экономического роста, отличаются от предпосылок кейнсианских моделей. Для неоклассических моделей типично представление об экономике как системе с гибкими ценами и взаимозаменяемыми факторами производства. Главный вывод, который следует из неоклассических моделей, состоит в том, что рыночная экономика (особенно в долгосрочном периоде) способна автоматически достигать устойчивого равновесия, поэтому вмешательство государства для этого излишне. Гибкость цен факторов производства также способствует установлению такой пропорции между трудом и капиталом, которая обеспечивает устойчивый экономический рост без необходимости государственного вмешательства.

Модель неоклассического экономического роста с учетом неотделимой функции полезности исследовалась многими зарубежными учеными. В частности, они использовали оптимальную модель экономического роста для изучения влияния высокого социального статуса на благосостояние. Первыми в данном направлении исследования были F. Wirl со статьей

«Пересмотр модели Рамсея: оптимальность циклического потребления и роста» и H. F. Zou с «Дух капитализма и долгосрочный рост» в 1994г. [1-2]. По прошествии нескольких лет список авторов по этой теме дополнили G. Corneo и O. Jeanne в 1997г, 2001г. с изучением влияния относительного богатства, его распределения и оптимальности роста [3-4]. В 1998г. K. Futagami и A. Shibata также выпускают статью по распределению богатства и долгосрочному росту [5]. Примечательной особенностью этих моделей является определение повышенного благосостояния социального статуса прямо или косвенно в функции полезности агента. Это означает, что индивиды накапливают богатство не только для потребления, но и ради него самого. Следовательно, предпочтения агента должны зависеть от его богатства (капитала), а также от его потребления. Такая связь обычно называется «эффектом богатства».

Эффект богатства показывает, что при более высоком уровне цен реальная стоимость, или покупательная способность, накопленных финансовых активов, находящихся у населения, уменьшится. А падение цен ведет к увеличению реальной стоимости денег, т.е. потребители могут за те же суммы приобрести большое количество товаров и услуг. Рост покупательной способности создает ощущение увеличения богатства.

С другой стороны, влияние роста денежной массы на экономический рост уже давно занимает центральное место в макроэкономической литературе. Например, J. Tobin 1965г. – «Деньги и экономический рост»; M. Sidrauski 1967г. – «Рациональный выбор и закономерности роста в денежно-кредитной экономике»; A. C. Stockman 1981г. «Ожидаемая инфляция и основные фонды в экономике с опережающим движением денежных средств» [6-8]. Наибольшее значение для данной статьи имеет исследование M. H. Marquis и K. L. Reffett в 1991г со статьей «Реальные процентные ставки и эндогенный рост в денежно-кредитной экономике». В данной работе они включают деньги в двухсекторную структуру Узавы-Лукаса через ограничение аванса денежных средств и приходят к выводу, что изменения в

темпах роста денег не влияют на долгосрочные темпы роста, если только потребление или физический капитал ограничены ликвидностью. Однако ими было предпринято мало усилий для изучения связей между накоплением богатства посредством накопления капитала, предпочтениями агентов и денежной экономикой. В действительности, основной капитал вносит свой вклад не только в производство, но также отражает культурные ценности, которые обеспечивают прямую полезность [9].

В оптимизирующих моделях денежного роста связь между структурой предпочтений и социальным статусом, повышающим благосостояние, не была полностью исследована. Это объясняется тем, что большинство моделей, касающихся эффектов роста и богатства, предполагают простые функции полезности, удовлетворяющие аддитивной разделимости между потреблением и богатством. Данное упущение попытался исправить K. Hosoya в своей работе «Неотделимая полезность, эффекты богатства и экономический рост в денежно-кредитной экономике». Принципиальное различие между моделями выше и моделью Hosoya состоит в том, что он использовал неотделимую функцию полезности в отношении потребления и богатства. И в этих рамках главным образом исследовал экономические воздействие увеличения темпов роста денег при существующем повышенном благосостоянии социального статуса. Проведя этот анализ, он пришел к выводу, что если не принимать во внимание влияние социального статуса, повышающего благосостояние, то увеличение темпов роста денег не влияет на устойчивые темпы роста. Кроме того, если рассматривать эффекты богатства, то изменения в темпах роста денег снижают темпы долгосрочного роста. Из первого результата следует, что основные следствия прошлых исследователей сохраняются даже при использовании неотделимой функции полезности. С другой стороны, последний результат отличается от общепринятого мнения в области эффектов роста и богатства. Поэтому это его значительный вклад, связанный с использованием более широкого класса функций полезности.

В модели Hosoya экономика состоит из показательного агента и правительства, с моделью идеального предвидения денежного роста, в которой ограничение аванса денежных средств накладывается только на потребление. Рабочая сила неэластично снабжается и приводится к единице. В результате исследования данной модели, автор получил результат, противоположный предыдущим исследованиям по данному направлению. Отсюда он сделал вывод, что случай, который они рассмотрели, соответствует ситуации, когда предпочтение агента относительно «дальновидно» по сравнению с настоящим случаем. Механизм усиления роста в работе предшественников был интуитивно им объяснен следующим образом. Увеличение темпов роста денежной массы угнетает реальные денежные остатки, что также угнетает потребительский спрос через канал ограничения авансирования денежных средств. Более того, более высокий уровень инфляции, вызванный увеличением, увеличивает стоимость авансирования денежных средств, в то время как норма прибыли на капитал остается на постоянном уровне. В то же время накопление капитала (богатства) ведет к более высокому социальному статусу, что еще больше стимулирует поведение агента по накоплению капитала. Как следствие, более высокий уровень инфляции смещает спрос агента от потребления к накоплению капитала. Поскольку производственная функция демонстрирует постоянную отдачу от масштаба по отношению к физическому капиталу, стимулирование накопления капитала повышает темпы роста экономики. В работе же K. Hosoya более «недальновидный» агент оценивает текущее потребление в соответствии с будущим потреблением. Поэтому изменения темпов роста денежной массы, которые угнетают потребительский спрос, угнетают долгосрочные темпы роста экономики. Кроме того, автор подтвердил, что эффект богатства не влияет на долгосрочные темпы роста [10].

Таким образом, можно установить, что, во-первых, в случае отсутствия эффектов богатства равновесные свойства, описанных выше моделей,

сохраняются даже при использовании неотделимой функции полезности. Во-вторых, что в случае существующих эффектов богатства существует отрицательная корреляция между долгосрочными темпами роста экономики и ростом темпов роста денежной массы. На протяжении всего анализа использовался абсолютный уровень богатства в качестве представителя повышенного социального статуса. Однако социальный статус - явление по существу относительное. В связи с этим дальнейший анализ может кардинально измениться с учетом относительного богатства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Wirl, F. (1994) «The Ramsey Model Revisited: the Optimality of Cyclical Consumption and Growth» Journal of Economics 60, 81-98.
2. Zou, H.F. (1994) «The spirit of capitalism' and long-run growth» European Journal of Political Economy 10, 279-293.
3. Corneo, G., and Jeanne O. (1997) «On Relative Wealth Effects and the Optimality of Growth» Economics Letters 54, 87-92.
4. Corneo, G., and Jeanne O. (2001) «Status, the Distribution of Wealth, and Growth» Scandinavian Journal of Economics 103, 283-293.
5. Futagami, K., and Shibata A. (1998) «Keeping One Step Ahead of the Joneses: Status, the Distribution of Wealth, and Long Run Growth» Journal of Economic Behavior & Organization 36, 109-126.
6. Tobin, J. (1965) «Money and Economic Growth» Econometrica 33, 671-684.
7. Sidrauski, M. (1967) «Rational Choice and Patterns of Growth in a Monetary Economy» American Economic Review 57, 534-544.
8. Stockman, A.C. (1981) «Anticipated Inflation and the Capital Stock in a Cash-in-Advance Economy» Journal of Monetary Economics 8, 387-393.
9. Marquis, M.H., and Reffett K.L. (1991) «Real Interest Rates and Endogenous Growth in a Monetary Economy» Economics Letters 37, 105-109.
10. Hosoya, K. (2002) «Non−separable utility, wealth effects, and economic growth in a monetary economy» Economics Bulletin, 1−7.

АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ ОНЛАЙН ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Столярова Д.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность темы исследования обусловлена все более активным внедрением онлайн форм образования в России и мире, а также возможностью их использования для реализации концепции непрерывного образования. В век расцвета информационных технологий онлайн-обучение позволяет многим людям решить такую проблему, как нежелание возвращаться за «парту», мешающую обучению и саморазвитию. Помимо этого, онлайн-образование помогает тем, кто живет в отдаленных районах и тем, кто по каким-то причинам не имеют возможности получать образование в очной форме.

Онлайн-обучение (e-learning) - это метод получения новых знаний через Интернет в реальном времени. Сейчас индустрию онлайн образования можно отнести к одной из самых быстро развивающихся технологий в сфере образования.

Общество сегодня проявляет к онлайн-образованию повышенный интерес. Его активно продвигают образовательные организации и государство, которое старается увеличить свою долю на рынке образовательных услуг онлайн. Подтверждением этому является приоритетный проект «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации». Правительство Российской Федерации утвердило его 25 октября 2016 года в рамках реализации государственной программы «Развитие образования» на 2013-2020 годы. [2]

Образование в дистанционном формате становится все более популярной формой обучения из-за его удобства. Об этом свидетельствуют

данные, которые представлены в таблице, в которой дано сравнение доли онлайн образования в разных сегментах за 2016 и 2019 гг. [3, 4].

Таблица 1.

Структура рынка образования за 2016 – 2019 гг.

	Дошкольное	Общее, среднее	Доп. школьное	Высшее	Среднее профессиональное	Доп. профессиональное	Языковое обучение
Объем рынка 2016 г., млрд.руб.	462	572	130	386	146	105	26,8
Доля онлайн-образования 2016 г., %	0,1%	~0%	2,7%	1,8%	0,4%	6,7%	5,8%
Доля онлайн-образования 2016 г., млрд. руб.	0,6	~0	3,6	6,8	0,6	7	1,55
Объем рынка 2019 г., млрд.руб.	437	642	140	461	144	105	26,8
Доля онлайн-образования 2019 г., %	0,2%	0,2%	7%	4%	Нет данных	13,5%	17%
Темпы роста объема рынка 2019 к 2016 гг., %	95%	112%	107%	119%	99%	100%	100%

Большая часть образовательных услуг до сих пор остается в офлайне. Поэтому на данном этапе рынок онлайн образования будет увеличиваться только за счет перехода офлайна в онлайн примерно на 20-30% в год. По прогнозам экспертов, такого роста должно хватить более, чем на 5 лет. Но

также наблюдается рост запроса на образование в обществе, что должно увеличить объем рынка еще на 10-20% в год.

В любом случае темпы роста будут снижаться - как из-за жизненного цикла рынка, так и из-за растущих барьеров для входа на рынок. Однако новые игроки будут продолжать появляться в узкоспециализированных отраслях, таких как специальные навыки и локальные интересы, а также просто заменять тех, кто не смог построить бизнес на образовательном продукте.

Но, несмотря на все более активное развитие и удобства онлайн-образования, оно сталкивается со многими трудностями, такими как низкая компьютерная грамотность или отсутствие надежных сервисов для проведения вебинаров и онлайн уроков. Но часто проблема оказывается не столько в техническом блоке, а самом эксперте, его компетентности и умении доносить материал.

Приведем пример профессиональных компетенций, владение которыми необходимо преподавателю школы или курсов при любом формате обучения [1]:

1. Владеть предметом, быть экспертом в своей области.

2. Обладать высокими нравственные качества.

3. Иметь грамотную речь, уметь четко излагать материал.

4. Уметь четко планировать и организовывать образовательную деятельность. Кроме профессиональных компетенций преподавателям онлайн формы обучения необходимы еще некоторые дополнительные профессиональные компетенции:

1. Умение удерживать внимание аудитории без личного контакта.

2. Умение работать перед камерой.

3. Компетенции преподавателей, необходимые для поддержки электронного курса: разработка и использование контрольно-измерительных материалов, использование коммуникативных средств курса и т.д

В настоящее время учебная онлайн-деятельность никак не лицензируется и не сертифицируется. Спикером учебной онлайн-программы может стать любой желающий, имеющий лишь поверхностные знания. Такая доступность формата часто приводит к тому, что каждый, прочитав пару статей по интересующей его теме, может называть себя экспертом и вести образовательную деятельность.

По мимо непрофессионализма в преподаваемой области, проблемой является также отсутствие педагогических навыков: умение напрямую влиять на группу студентов, гибкая реакция на текущее эмоциональное и интеллектуальное состояние студентов и быстрая коррекция методики ведения занятия при необходимости.

Кроме того, преподаватель должен еще уметь совмещать работу с группой и индивидуальную работу, отслеживать процесс разработки учащимися того или иного продукта, что далеко не всегда можно видеть на практике.

При подготовке онлайн-программы многие преподаватели и спикеры считают, что самым трудным является набор группы, поэтому все силы концентрируют именно на продвижении продукта и его рекламу. При этом на качественную подготовку самого учебного материала не хватает ни времени, ни энергии. Бывает, что программа курса больше похожа на монологический рассказ спикера о его достижениях. По этой причине слушатели часто могут быть разочарованы и отказываются от обучения в данной онлайн школе.

Необходимо рассмотреть возможные способы решения проблем онлайн-образования:

1. Каждый выступающий должен научиться пользоваться платформой электронного обучения.

2. Необходимо освоить приемы эффективного проведения семинаров онлайн.

3. К каждому уроку, лекции или заданию обязательно стоит готовить с технической точки зрения.

4. Важно, чтобы каждый преподаватель использовал методы удерживания внимания учеников.

Одной из проблем в сфере онлайн образования остается вопрос, что делать с компетентностью преподавателей и в целом с качеством преподавания в соответствии с требованиями образовательных курсов. Образовательная деятельность должна быть легализована, для чего следует получить лицензию, подтверждающую соответствующие знания в преподаваемой области. Очевидно, что деятельность организаций по реализации основных образовательных программ необходимо лицензировать и аккредитовывать, вне зависимости от того, в какой степени при их реализации используются дистанционные образовательные технологии и электронное обучение.

Существуют следующие варианты использования термина «онлайн-школа»:

- обычная образовательная организация с высокой долей применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий;
- образовательная организация, использующая исключительно электронное обучение и дистанционные образовательные технологии;
- размещенные в сети информационные базы, содержащие какой-либо образовательный контент с регламентированным режимом доступа – как правило, «онлайн-курсы»;
- информационно-коммуникационная технология, обеспечивающая перевод образовательного контента в электронную форму, пригодную для предоставления потребителям.

Последние две формулировки говорят не о субъекте, а об объекте правового регулирования, который существует как бы самостоятельно. Следует отметить, что у информационного ресурса или технологии всегда

есть фактический или реальный владелец, который обладает техническими возможностями и (или) правами использовать этот объект с целью оказания образовательных услуг.

Многие виды деятельности, которые обладают признаками образовательной и требуют в связи с этим получения лицензии, переместились в интернет. Благодаря этому мы сейчас можем изучать по интернету множество предметов, начиная от программирования заканчивая навыками вязания. Было бы странным поднимать вопрос о необходимости лицензирования всех без исключения подобных видов обучения как образовательной деятельности, даже если они оплачиваются потребителем и предполагают выдачу некоего документа по окончании.

В тоже время часть образовательных программ предполагают себе опасные для жизни ученика и его окружения действия, которые при некачественном обучении могут привести к печальным последствиям. Хоть попытки «зарегулировать» сегмент в виде установления обязанности получать лицензию на ведение образовательной деятельности приведут к монополизации рынка, а некоторые инициативы не будут даже реализованы. Но есть смысл подумать над введением получения лицензии для сфер образовательной деятельности, которые могут затрагивать здоровье или безопасность человека. Это даст возможность если и не проверять знания преподавателей, то хотя бы контролировать создание онлайн – школ или курсов для защиты интересов обучающихся и исключения возможности мошенничества.

Таким образом, анализируя рынок образования в России, можно сделать вывод, что доля онлайн образования быстро растет, но вместе с тем появляются и проблемы, связанные прежде всего с профессионализмом спикеров. Далеко не все преподаватели обладают высокой компьютерной грамотностью и педагогическим профессионализмом, поэтому в сложившейся ситуации активного развития онлайн школ, появляется необходимость введении контроля за деятельностью онлайн школ и

различных курсов для защиты обучающихся от некачественных услуг и мошенничества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Пеккер П.Л. Ключевые профессиональные компетенции для преподавателей массовых открытых онлайн-курсов (МООК) // Ценности и смыслы. 2018. № 1 (53). С. 117–127.

2. Чупандина Е. Е., Семенихина А. В. Реализация онлайн-обучения в Воронежском государственном университете // Высшее образование в России. – 2018. – № 8–9. – С. 103–109.

3. Исследование российского рынка онлайн-образования и образовательных технологий URL: https://estars.hse.ru/mirror/pubs/share/211448255 (дата обращения: 10.11.2020)

4. Исследование российского рынка онлайн обучения 2020 URL: http://research.edmarket.ru/ (дата обращения: 10.11.2020)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ ГРУЗОВЫХ ПЕРЕВОЗОК.

Филиппова В.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Вопрос о лучшей организации моделей логистических систем стоит перед каждым менеджером области логистики. Транспортная логистика предполагает рациональный подход и четкое планирование. Это позволит организации стать конкурентоспособной на рынке сбыта в области логистики.

Транспортная логистика – это часть логистической науки, которая занимается всеми вопросами, связанными с доставками груза. Перечислим задачи организации перевозок [1,2]:

1. Определение состава парка транспортных средств (размер парка транспортных средств; количество, вместимость, типы транспортных средств);

2. Проектирование маршрутов транспортных средств;

3. Назначение задач перевозки по транспортным средствам;

4. Составление графиков движения транспортных средств и другие.

Решение задач транспортного типа приводит к проблеме выбора наиболее целесообразного из множества вариантов. В качестве эффективного метода решения таких задач используются математические модели.

Математическая модель – условный образ объекта, который поставлен в соответствие реально существующему объекту для предоставления его в виде, удобном для математического анализа [2].

Базовой математической моделью транспортировки является транспортная задача. Транспортная задача – задача поиска оптимального плана поставок товара из пунктов назначения в пункты доставки, с минимальными затратами.

Рассмотрим математическую постановку транспортной задачи линейного программирования [3-6].

План перевозок состоит из совокупности чисел x_{ij} $(i = 1,2,\dots m; j = 1,2,\dots n)$, где i – пункт отправления продукции, j – пункт назначения.

При этом x_{ij} должны удовлетворять условиям:

1. В пункте отправления не должно остаться продукции:

$$\sum_{i=1}^{m} x_{ij} = a_j, i = 1,2,\dots,m, \quad (1)$$

где a_i – количество продукции, которое имеется в пунктах отправления.

2. Потребность в товаре должна быть полностью удовлетворена в каждом пункте назначения:

$$\sum_{i=1}^{m} x_{ij} = b_j, j = 1,2,\dots,n, \quad (2)$$

где b_j –количество продукции, требующееся в пунктах назначения.

3. x_{ij} должны быть неотрицательными:

$$x_{ij} \geq 0; i = 1,2,\dots,m; j = 1,2,\dots,n. \quad (3)$$

Пусть c_{ij} —стоимость перевозки одной единицы продукции из i в j.

Значения неизвестных x_{ij} должны обращать в минимум суммарную стоимость перевозок по всем маршрутам – функцию

$$\Phi = \sum_{i=1}^{m} \sum_{j=1}^{n} c_{ij} x_{ij} \quad (4)$$

Транспортная задача относится к задачам о потоке минимальной стоимости. В сетевой транспортной задаче, которую можно рассматривать как обобщение классической транспортной задачи, один и тот же пункт может рассматриваться и как поставщик и потребитель груза. Могут существовать и другие ограничения, например [3-6]:

1. Запрет на перевозку между некоторыми пунктами.
2. Из одного пункта в другой обязательно должно быть перевезено определенное количество продукции.
3. Из одного пункта в другой требуется перевести не менее определенного количество продукции.
4. Из одного пункта в другой требуется перевести не более определенного количество продукции.
5. Суммарный объем предложений не равен общему объему спроса. Такая транспортная задача называется открытой.

К задачам линейного программирования транспортного типа [3,5] относятся так называемые распределительные задачи.

Одна из содержательных интерпретаций распределительной задачи следующая. Планируется доставка сырья разных сортов (например, топлива) к пунктам производства некоторой продукции.

Общая стоимость перевозок, которая рассчитывается по формуле:

$$\Phi = \sum_{i=1}^{m} \sum_{j=1}^{n} c_{ij} x_{ij}, \quad (5)$$

где:

c_{ij} –стоимость перевозки одной единицы сырья,

x_{ij} –количество сырья *i*-го сорта, которое поставляется *j*-му производителю,

должна быть обращена в минимум при следующих ограничениях:

1. Отсутствие перерасхода:

$$\sum_{j=1}^{n} x_{ij} \leq a_i, i = 1,2,\dots,m. \quad (6)$$

где a_i – количество добытого сырья *i*-го сорта,

n –пункты производства,

m–виды сырья.

2. Разные условия использования сырья у разных производителей задаются с помощью коэффициентов приведения λ_{ij}. В каждом пункте производства приведенное количество доставляемого сырья должно быть равно заданному:

$$\sum_{j=1}^{n} \lambda_{ij} x_{ij} = b_j, j = 1,2,\dots,n, \quad (7)$$

где b_j – спрос на сырье *j*-го пункта производства.

3. Неотрицательные неизвестные:

$$x_{ij} \geq 0, i = 1,2,\dots,m; j = 1,2,\dots,n.. \quad (8)$$

Данную задачу называют обобщенной транспортной задачей, так как в общем случае ($\lambda_{ij} = \alpha_i \beta_j$, где α_i и β_j – некоторые положительные постоянные) она сводится к транспортной задаче [7].

Для решения задач транспортного типа могут быть использованы стандартные методы линейного программирования, например, симплекс-метод. Но также разработаны модификации этих методов, учитывающие специфику задач (метод потенциалов, обобщенный метод потенциалов, прямо-двойственный алгоритм) [3-7].

Попытки учесть как можно больше реальных требований на перевозки приводит к все более сложным математическим задачам.

Рассмотрим, например, транспортную задачу с фиксированными доплатами [8,9]. Данная задача заключается в минимизации функции

$$\sum_{i=1}^{m}\sum_{j=1}^{n} c_{ij}(x_{ij}) \tag{9}$$

при стандартных для транспортной задачи ограничениях (1) – (3).

Функции $c_{ij}(x_{ij})$ в формуле (9) равны:

$$c_{ij}(x_{ij}) = \begin{cases} 0, & x_{ij} = 0, \\ c_{ij}x_{ij} + d_{ij}, & x_{ij} > 0. \end{cases} \tag{10}$$

Здесь: c_{ij} –стоимость перевозки одной единицы продукции,

d_{ij} –фиксированные доплаты.

При этом затраты на перевозку и фиксированные доплаты неотрицательные:

$$c_{ij} \geq 0, d_{ij} \geq 0; i = 1,2,\dots,m; j = 1,2,\dots,n. \tag{11}$$

Данная задача не является задачей линейного программирования [9], но может быть сведена к задаче целочисленного линейного [8] или нелинейного [9] программирования.

В работе [10] рассматривается многокритериальная задача, в которой необходимо транспортировать груз при минимизации общей стоимости и времени, затраченного на перевозку. При этом груз в каждый пункт назначения может быть доставлен только из одного пункта отправки, но источник отправки может осуществлять поставки в любое количество пунктов назначения при условии, что в нем имеется нужное количество товара. При решении многокритериальных задач определяется решение, оптимальное по Парето. Решение будет оптимальным по Парето при отсутствии другого решения этой задачи, которое превосходит его, по крайней мере, по одному критерию, но не уступает по остальным критериям.

Транспортировка в мультимодальной сети с гибким графиком и регулярным обслуживанием изучается в работе [11]. Необходимо удовлетворить спрос клиентов за счет сочетания железнодорожных и автомобильных услуг и различных типов отправлений.

Очевидно, что использование транспортных задач, при условиях рыночной экономики, очень актуально, так как требуется минимизировать издержки, ведь в противном случае они покрываются частью прибыли. Это позволит уменьшить себестоимость продукции и, соответственно, повысить конкурентоспособность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Zak J., Redmer A., Sawicki P. // Journal of Advanced Transportation B. 2011. V. 45. I. 4. P. 321 – 347.
2. Тихомирова А.Н., Сидоренко Е.В. Математические модели и методы в логистике: Учебное пособие. М.: НИЯУ МИФИ, 2010. – 320 с.
3. Триус Е.Б. Задачи математического программирования транспортного типа. М.: Советское радио, 1967. – 208 с.
4. Тюхтина А.А. Математические модели. Транспортная задача: Учебно-методическое пособие. – Н. Новгород: ННГУ им. Лобачевского, 2016. – 66 с.
5. Гольштейн Е.Г., Юдин Д.Б. Задачи линейного программирования транспортного типа. М.: Наука, 1969. – 386 с.
6. Сигал И.Х., Иванова А.П. Транспортная задача: Методические указания к лабораторным и практическим занятиям по дисциплине «Методы оптимизации». - М.: МГУПС (МИИТ), 2015. – 80 с.
7. Афанасьев М.Ю. Суворов Б.П., Исследование операций в экономике: модели, задачи, решения // М.: Инфра-М, 2003. – 444 с.
8. Сигал И.Х., Иванова А.П. Введение в прикладное дискретное программирование: модели и вычислительные алгоритмы: Учеб. пособие. Первое издание - М.: ФИЗМАТЛИТ, 2002, – с. 240.
9. Bell G.J., Lamar B.W., Wallace. Ch.A. // Naval Research Logistics (NRL) B. 1999. V. 46. I. 4. P. 341-355.
10. Prakash S., Kumar P., Prasad B.V.N.S., Gupta A. // European Journal of Operational Research B. 2004. V. 188. I. 1. P. 85 – 100.
11. Moccia L., Cordeau J-F., Laporte G., Ropke S., Valentini M.P. // Networks B.2011. V. 57. I. 1. P. 53 – 68.

КОМПЬЮТЕРНЫЕ МЕТОДЫ БИЗНЕС-АНАЛИТИКИ ДЛЯ КОРПОРАТИВНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ НА ПРИМЕРЕ «1С: ПРЕДПРИЯТИЕ» И «БИЗНЕС-АНАЛИТИК»

Хлыбова Ю.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современном мире стремительно развиваются цифровые технологии и преобразуется информационное пространство, которое связано с государством, обществом, рынком и бизнесом. Исследователи утверждают, что происходит зарождение и развитие цифровой экономики, особенности которой человечеству еще предстоит изучить. В её основе лежит связь экономической деятельности и цифровых технологий, которая позволяет решать задачи бизнеса, взаимодействия с потребителями и конкурентами, что в результате повышает конкурентоспособность компании. Цифровая экономика обеспечивает обработку данных, представленных в цифровом виде, в больших объёмах, в том числе в момент их образования, и формирование бизнес-процессов с помощью цифровых технологий. Это существенно повышает качество и производительность работы.

Цифровая трансформация в настоящее время означает не только большое влияние цифровых технологий на эффективность работы организации, но и кардинальное изменение её процессов, принципов и методов управления. В связи с появлением новых технологий скорость принятия решений и реакций на различные действия постепенно уменьшается. Следствием цифровой трансформации прогнозируется изменение места цифровых технологий в бизнесе. Информационные системы и технологии будут не вспомогательным инструментом, а центральным элементом бизнеса, то есть трансформируют абсолютно все процессы [1, с. 26-28].

Важнейшей технологией цифровой экономики является цифровая платформа, которую можно определить, как некоторую основу, обеспечивающую формирование конкретной системы взаимодействия участников рынка [2, с. 57]. Примером может послужить платформа «1С: Предприятие», образующая вместе с множеством разнообразных конфигураций от компании 1С корпоративную информационную систему (КИС). Она может применяться в автоматизации деятельности компаний, занимающихся торговлей, производством, оказанием услуг и др., и ее использование помогает сократить ошибки, повысить скорость обработки информации, сделать результаты более точными, контролировать подготовку отчетности и т.д. «1С: Предприятие» на сегодняшний день является очень популярной корпоративной информационной системой в России. Она повышает уровень эффективности управления и учета во множестве организаций от малого бизнеса до крупных корпораций [3, с. 13-14].

Некоторые прикладные решения системы «1С: Предприятие» обладают инструментами анализа бизнеса, но таких конфигураций очень мало, и, как правило, в них не настолько обширный интерфейс по сравнению со специализированными программами для бизнес-аналитики.

Бизнес-аналитика является неотъемлемой частью развития любой компании. Она позволяет точно определить состояние предприятия на какой-либо период времени и использовать полученные данные для принятия решений по улучшению показателей бизнеса.

В условиях цифровой экономики для используемой в организации корпоративной информационной системы возможно подобрать компьютерный метод бизнес-аналитики, а именно использовать специализированную программу. Иначе говоря, применяется интеграция КИС и программы для бизнес-аналитики. Существует множество программных продуктов, предназначенных для комплексной оценки предприятия, среди них: «Бизнес-Аналитик», «Инталев: Корпоративные финансы», «Инталев: Бюджетное управление», «Финансовый анализ 3.0»,

«Microsoft Project», «Альт-финансы», «Business Plan», и т.п. Для рассмотрения интеграции можно выбрать ПК «Бизнес-Аналитик» от фирмы «ИНЭК», его функционал подробно изображен на рис.1.

Рис.1. Блок-схема программного комплекса «Бизнес-аналитик»

Программный комплекс «Бизнес-Аналитик» позволяет:

- провести всесторонний анализ финансово-экономической деятельности предприятия в динамике за ряд периодов;
- разработать качественный, соответствующий требованиям ведущих российских и международных финансовых организаций бизнес-план;
- проанализировать бизнес-план и эффективность инвестиций;
- оценить стоимость бизнеса и сформировать стоимость контрольного ликвидного пакета акций, неконтрольного ликвидного пакета акций и неконтрольного неликвидного пакета акций;

- проанализировать чувствительность бизнес-плана к колебаниям конъюнктуры рынка и изменениям макроэкономических условий деятельности;
- определить бюджетную эффективность на основе притоков денежных средств в бюджеты всех уровней и оттоков денежных средств из бюджетов всех уровней;
- сравнить в табличном и графическом виде результаты работы подразделений или филиалов предприятия [4].

Интеграция между «1С: Предприятие» и «Бизнес-аналитик» может осуществляться следующим образом.

1) В «1С: Предприятие» создаётся файл с определенной структурой. Для формирования этого файла используется внешний отчет для «1С: Предприятия» – «Курс-ИНФОРМ: Конвертор данных «1С-ИНЭК». Конвертор разработан и сопровождается партнером фирмы «ИНЭК» фирмой «Курс-Информ».

2) «Бизнес-аналитик» импортирует бухгалтерскую и экономическую отчетность в базу данных программы из сформированного файла. Импортируемые данные:

- баланс (форма №1);
- отчет о прибылях и убытках (форма №2);
- информация о структуре выручки предприятий (номенклатура, стоимость, количество, цена, остаток на складе);
- информация о материальных ресурсах, израсходованных на производство (количество, стоимость, остаток на складе);
- данные по работникам предприятия (численность, заработная плата);
- данные по другим элементам себестоимости.

3) Формируется анализ на основе полученных данных.

Таким образом, можно наблюдать реализацию компьютерного метода бизнес-аналитики для корпоративной информационной системы. Такая передача цифровых данных из КИС в программный комплекс для бизнес-аналитики достаточно удобна и позволяет провести подробный финансовый анализ бизнеса, выявить сильные и слабые стороны предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Лапидус Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: учебник. Москва: ИНФРА-М, 2020. 479 с.
2. Маркова В.Д. Цифровая экономика: учебник. Москва: ИНФРА-М, 2020. 186 с.
3. Радченко М.Г., Хрусталева Е.Ю. 1С: Предприятие 8.2. Практическое пособие разработчика. Примеры и типовые приемы, М.: ООО «1С-Паблишинг», 2013. 964 с.
4. https://inec.ru/it/automated-analysis/ba/ (дата обращения: 29.11.2020)

ИКТ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Шонин А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Экономический рост является одной из важнейших проблем экономической жизни общества. Исходя из динамики экономического роста определённого государства, можно судить о развитии уровня жизни внутри страны, об уровне общенационального производства и о степени решения проблем ограниченности ресурсов.

Данное понятие впервые было введено австрийским экономистом Йозефом Шумпетером. В своём знаменитом научном труде «Теория экономического развития», вышедшем в 1911 году, Шумпетер определял экономический рост как увеличение производства и потребления со

временем одних и тех же товаров и услуг.

Саймон Кузнец продолжил исследование проблематики экономического роста. Одним из главных факторов экономического роста он выделял технический прогресс, который позволяет обеспечить рост производственных возможностей государства. В своей книге «Современный экономический рост: темпы, структура и распределение» он трактует данное понятие как «экономическое развитие, при котором долгосрочные темпы роста производства устойчиво превышают темпы роста населения».

Впоследствии, понятие экономического роста дополнялось учёными новыми аспектами и в конечном итоге его определение выглядит следующим образом:

Экономический рост – рост объёма произведённых товаров и услуг внутри государства, увеличение реального ВВП страны в результате развития производственных возможностей общества.

Обеспечение экономического роста является одной из главенствующих целей экономической политики любого государства. Уровень общественного благосостояния и национального богатства страны напрямую зависит от уровня экономического роста. Можно проследить такую связь, что по мере роста уровня реального ВВП государства растёт и качество жизни населения в нём.

Изучение и понимание экономического роста позволяет удовлетворять возникающие потребности общества, путём рационального использования ограниченных ресурсов, которые будут использованы в процессе создания экономических благ [1].

Экономический рост способен решать различные экономические задачи. Такими задачами являются: снижение безработицы, сокращение бедности, развитие медицины и образования, решение жилищных вопросов и т.д. Снижение безработицы достигается путём содействия трудоспособным гражданам в поиске работы, их переквалификацией. Сокращения бедности можно достигнуть путём повышения пенсий и заработных плат. Развитие

медицины осуществляется посредством строительства новых или расширением уже имеющихся медицинских учреждений. Развивать образование следует путём развития образовательных стандартов, а также внедрением современных технологий в образовательный процесс. Решение жилищных вопросов связано с обновлением старого или строительством нового жилищного фонда и развитием соответствующей инфраструктуры.

Для ответов на вопросы, почему одни страны развиваются быстрее других, как ускорить экономический рост и как уменьшить различия между странами в уровне реального ВВП необходимо уметь анализировать факторы экономического роста.

Факторы экономического роста – это различные явления, которые оказывают влияние на рост объёмов производства и повышение его эффективности.

Все факторы экономического роста можно разделить на две группы: *прямые* и *косвенные*

Прямые факторы определяют возможности экономического роста. К ним относят:

1. *Природные ресурсы* – совокупность факторов, которая создаётся природой и используется в процессе национального производства.

2. *Трудовые ресурсы* – показатель, основанный на уровне образования и подготовки рабочих.

3. *Физический капитал* – группа факторов, используемых в процессе производства. Примером физического капитала служат здания и оборудование.

4. *Человеческий капитал* – знания и навыки, получаемые рабочими в процессе обучения.

5. *Технологические знания* – совокупность накопленных общественных знаний о наилучших способах производства. К этой группе как раз и относят ИКТ.

Косвенные факторы экономического роста помогают реализовать

потенциал, заложенный в прямых факторах. К этой группе факторов относят: *наличие конкурентной среды*, *снижение налогов*, *систематизацию расходов* и т.д. [2].

Современное развитие мировой экономики происходит с повышением роли науки и инноваций, повсеместном распространении информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Информатизация всё глубже проникает в общественную жизнь людей и становится одной из важнейших характеристик современности. Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) сегодня являются одним из важнейших факторов экономического роста и занимают одно из центральных мест в инновационном развитии ключевых сфер жизнедеятельности общества: государственного управления, здравоохранения, образования, бизнеса, культуры и т.д. В настоящее время ИКТ являются ключевым фактором организации производства и управления бизнес-процессами на предприятии, фактором образования и взаимодействия различных субъектов общества. Информационно-коммуникационные технологии позволяют людям быстрее получать новые знания и навыки, что стимулирует социально-экономическое развитие, повышает конкурентоспособность и производственный потенциал экономики государства. Активное внедрение и развитие ИКТ на сегодняшний день является одним из основных источников роста экономического развития страны [3].

Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) – это совокупность процессов и методов взаимодействия с информацией, используемых для её сбора, хранения, обработки и передачи с помощью устройств вычислительной техники.

Пространство применения ИКТ очень велико, поэтому существует огромное количество классификаций технологий. Одним из базовых типов классификации видов ИКТ является классификация по предметной деятельности:

1. *Технологии организационного управления* – к ним относят

контроль системы организации ресурсов предприятия, реализацию социально-экономической политики и т.д.

2. *Технологии управления технологическими процессами* – управление технологическим оборудованием предприятия (станками, линиями и т.д.).

3. *Технологии автоматизированного проектирования* – к данному типу относят моделирование и программирование.

4. *Образовательные технологии* – оптимизация образовательного процесса.

Применение ИКТ совершается с помощью устройств вычислительной техники. К средствам информационно-коммуникационных технологий относятся: *электронно-вычислительные машины*, *персональные компьютеры*, *локальные вычислительные сети*, *системы искусственного интеллекта*, *информационные сети*, *машинную графику*, *программные комплексы* и *средства связи* [4].

Полная классификация средств ИКТ представлена на рис. 1.

Рис. 1. Классификация средств ИКТ. Источник: [5].

Информационно-коммуникационные технологии являются движущей силой экономического роста, и их использование ведёт к изменению уровня жизни населения:

— Создание новых рабочих мест в самой отрасли ИКТ и в отраслях, использующих современные технологии;

— Повышение качества и снижение стоимости товаров и услуг;

— Перераспределение доходов;

— Формирование новых типов рабочих отношений;

— Возможность организовать рабочий процесс дистанционно;

— Постоянное повышение квалификации сотрудников, что ведёт к возможностям роста производства.

Развитие отрасли информационно-коммуникационных технологий способствует развитию экономики, повышению национального производства и оказывает влияние на изменение уровня реального ВВП государства.

На рис.2 представлена зависимость темпа роста мирового ВВП от уровня развития мирового рынка ИКТ.

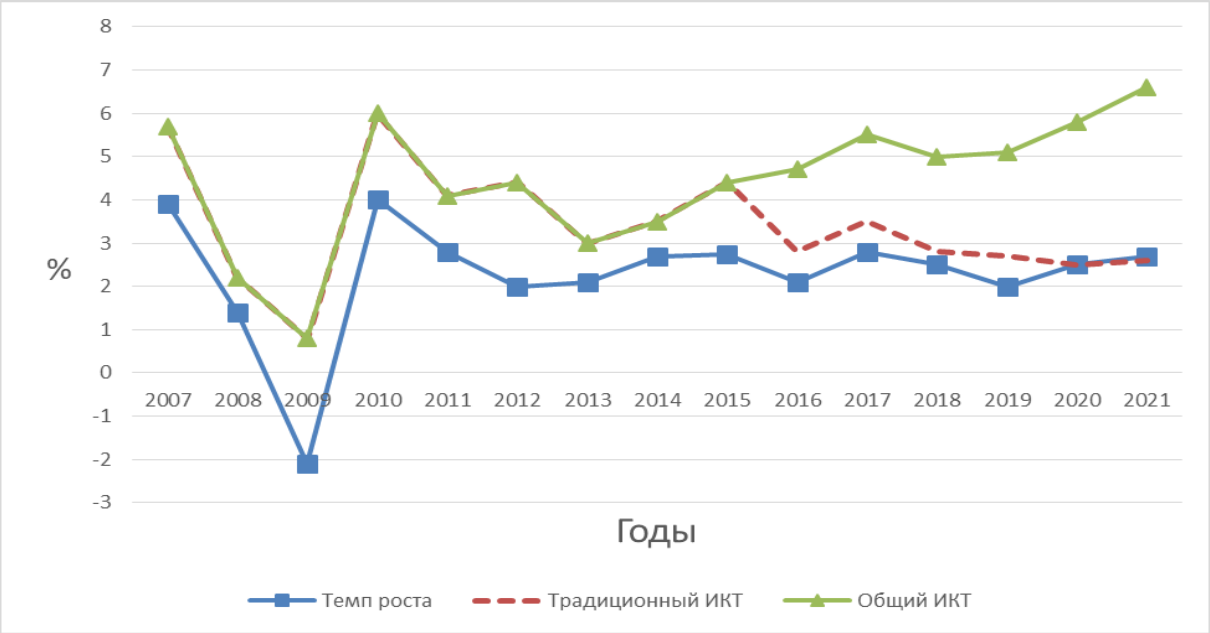


Рис. 2. Зависимость темпа роста ВВП от развития ИКТ. Источник: [6].

Как видно из рис.2 развитие отрасли ИКТ оказало прямое влияние на повышение темпа роста ВВП. Развитие рынка ИКТ на сегодняшний день

осуществляется в основном за счёт «прорывных» IT-технологий (зелёная ветвь графика), в то время как традиционный рынок ИКТ начиная с 2015, имеет тенденцию к сокращению (красная ветвь графика). К числу таких «прорывных» IT-технологий относится, например, технология блокчейн.

В настоящее время для развитых и развивающихся стран инвестирование в отрасль ИКТ является главным приоритетным направлением развития экономики. Проводились исследования, которые анализировали вклад ИТ-индустрии в экономику развитых стран. Результаты получились следующими:

- США – 7.1%;
- Южная Корея – 9.6%;
- Япония – 8.1%;
- Англия – 7.4%;
- Германия – 5.1%.

В России вклад сектора информационных технологий в ВВП составляет 3.3%. Данный сектор стабильно рос с 2010 года и за 5 лет прибавился почти на четверть, однако в 2015 году произошёл спад, связанный из-за снижения объёма производства в электросвязи. Однако позже отрасль ИКТ смогла восстановиться, и в 2019 году снова был зафиксирован рост ИТ-индустрии [7].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

17. Экономическая теория: учебник для бакалавров / под общ. ред. В. Ф. Максимовой. — М.: Издательство Юрайт, 2014 — 580 с. — Серия: Бакалавр. Углубленный курс.

18. Матвеева, Т. Ю. Введение в макроэкономику [Текст] : учеб. пособие / Т. Ю. Матвеева ; Гос. ун-т — Высшая школа экономики. — 6-е изд., испр. — М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008 — 511, [1] с. — 3000 экз. — ISBN 978-7598-0611-0 (в пер.).

19. Бурков, С. С. Информационные технологии и их роль в мировой инновационной экономике / Бурков, С. С. // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие) - 2013. - №1(13). - С. 108-111.

20. Информационно-коммуникационные технологии. Режим доступа: https://wiki.fenix.help/pedagogika/informatsionno-kommunikatsionnyye-tekhnologii (дата обращения: 25.11.2020).

21. ДЦО. [Электронный ресурс] – режим доступа: https://дцо.рф/organizatsiya-uchebnogo-protses/ (дата обращения 25.11.2020).

22. Торжевский К. А. Сектор информационно-коммуникационных технологий: основные тренды и перспективы его развития в России // Вестник ЦЭМИ РАН. 2018. Выпуск 2 [Электронный ресурс]. Доступ для зарегистрированных пользователей. URL: https://cemi.jes.su/s111111110000128-3-1/ (дата обращения: 26.11.2020).

23. РБК. [Электронный ресурс] – режим доступа: https://www.rbc.ru/economics/28/09/2017/59ccfb329a79476866368f5a (дата обращения 26.11.2020).

Секция 10. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

НЕЙРОСЕТЕВАЯ КЛАСТЕРИЗАЦИЯ НА МАССИВЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ПРОФИЛЕЙ

Кузнецова М.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В последние годы увеличилась значимость развития искусственного интеллекта, особенно нейронных сетей. Согласно указу Президента «О развитии искусственного интеллекта» от 10.10.2019 г. [1] стремительное развитие данных технологий сопровождается ростом инвестиций в их развитие. Развитие нейронных сетей позволит вывести Россию на новый уровень – стать мировым лидером в этой сфере, увеличить значительную долю мирового рынка отечественными разработками искусственного интеллекта. Если такие технологии в нашей стране будут недостаточно развиты, авторы стратегии предрекают России замедление реализации направлений научно-технологического развития и дальнейшее экономическое и технологическое отставание.

Применение нейронных сетей облегчает выполнение работы во многих сферах деятельности. Они широко используются в сфере управления персоналом. Одна из важных задач в этой области - определение наиболее успешного направления профессиональной деятельности личности. На это влияет большое количество различных характеристик работника. В изученных статьях были отмечены показатели, влияющие на определение успешной профессиональной деятельности. Например, в статье [2] были указаны следующие группы характеристики: общие, профессиональные и

психологические. Каждая из них включала в себя несколько показателей, но здесь столкнулись с проблемой, что не была указана конкретная специальность, поэтому данные характеристики являются общими и не отражают отличия конкретной профессии. Также не была указана значимость каждого показателя (т.е. его «вес»). В следующей статье [3] приводились только общие показатели, но их число было больше. Не была указана конкретная специальность, для которой выбраны эти характеристики. Далее в статье [4] были подробно описаны качества работника на конкретную должность. Но можно заметить, что эти профессии находятся в одной сфере деятельности.

В связи проведенным обзором статей и их отмеченными недостатками была поставлена цель - поиск закономерностей между профессионально-психологическим профилем личности и направлением его профессиональной деятельности. Под термином «профессионально-психологический профиль личности» в данной статье понимается набор значений характеристик личности. Цель работы можно сформулировать в виде вопросов «Влияет ли набор значений характеристик личности и каким образом на направление ее профессиональной деятельности? Можно ли по значениям характеристик человека спрогнозировать направление его успешной профессиональной активности?»

С этой целью было решено разделить профессии по нескольким сферам, выделив у всех одинаковые характеристики. При этом каждому показателю был дан «вес». Наборы личностных характеристик для конкретных типов активностей приведены в таблице 1.

Таблица 1

Наборы профессионально-психологических характеристик для рассматриваемых направлений профессиональной деятельности

Характеристик и общего плана	Характеристики профессиональной деятельности	Психологические характеристики	Направлен ие проф. деятельнос

			ти
1)Образование (0.5) 2)Количество организаций, в которых работал человек (0.4) 3)Пол(0.5)	1)Медицинские показатели (0.1) 2)Опыт в лабораторной (исследовательской) работе (0.1) 3)Наличие смежных профессий (0.5) 4)Степень владения ПК (0.4) 5) Количество выполненных успешных проектов, работ (0.5) 6)Знание Английского языка (0.7)	1) Уровень коммуникативности (0.5) 2) Уровень эмоциональности (0.9) 3) тип мышления (0.1) 4) Тип памяти (0.2) 5) Уровень эмпатии (0.8)	Искусство (писатели; дизайнеры; актеры; художник)
1)Образование (0.8) 2)Количество организаций, в которых работал человек (0.1) 3)пол(0.6)	1)Медицинские показатели (0.1) 2)Опыт в лабораторной (исследовательской) работе (0.4) 3)Наличие смежных профессий (0.5) 4)Степень владения ПК (0.5) 5) Количество выполненных успешных проектов, работ (0.5) 6)Знание Английского языка (0.7)	1) Уровень коммуникативности (0.8) 2) Уровень эмоциональности (0.7) 3) тип мышления (0.3) 4) Тип памяти (0.5) 5) Уровень эмпатии (0.9)	Специалисты в области гуманитарных наук (Социологи; психологи)
1)образование (0.9) 2)количество организаций, в которых работал человек (0.8) 3)пол(0.2)	1)Медицинские показатели (0.2) 2)Опыт в лабораторной (исследовательской) работе (0,6) 3)Наличие смежных профессий (0,5) 4)Степень владения ПК (0,9) 5) Количество выполненных успешных проектов, работ (0,7) 6)Знание Английского языка (0,8)	1) Уровень коммуникативности (0.3) 2) Уровень эмоциональности (0.3) 3) тип мышления (0.8) 4) Тип памяти (0.9) 5) Уровень эмпатии (0.2)	Специалисты в области технических наук (программисты; инженеры)
1)образование (0.9) 2)количество	1)Медицинские показатели (0.8) 2)Опыт в лабораторной (исследовательской) работе (0.8)	1) Уровень коммуникативности (0.8)	Специалисты в области

организаций, в которых работал человек (0.7) 3)пол(0.4)	3)Наличие смежных профессий (0.7) 4)Степень владения ПК (0.9) 5) Количество выполненных успешных проектов, работ (0.8) 6)Знание Английского языка (0.8)	2) Уровень эмоциональности (0.3) 3) тип мышления (0.8) 4) Тип памяти (0.9) 5) Уровень эмпатии (0.2)	естественн ых наук (биологи; химики)
1)Направленно сть образования (0.4) 2)количество организаций, в которых работал человек (0.9) 3)пол(0.3)	1)Медицинские показатели (0.8) 2)Опыт в лабораторной (исследовательской) работе (0.1) 3)Наличие смежных профессий (0.8) 4)Степень владения ПК (0.5) 5) Количество выполненных успешных проектов, работ (0.9) 6)Знание Английского языка (0.7)	1) Уровень коммуникативности (0.9) 2) Уровень эмоциональности (0.5) 3) тип мышления (0.7) 4) Тип памяти (0.5) 5) Уровень эмпатии (0.5)	Менеджер ы (управляю щие)

Изучив дополнительный материал [5], были рассмотрены специалисты в области искусства; менеджеры; гуманитарных, технических, естественных науках. Каждому направлению были выделены характеристики: общего плана, профессиональной деятельности, психологические; основываясь на [2]. Каждая из групп включает в себя ряд элементов, которые влияют на определение успешного направления профессиональной деятельности личности. Но эти составляющие влияют на него по-разному, поэтому каждой характеристике были даны веса. Всего было выделено 14 характеристик, «вес» каждой из них давался по следующим принципам:

1) Образование (оценивалось на сколько образование личности совпадает с направлением; показатель находится в промежутке от 0 до 1, чем больше образование совпадает с направлением, тем ближе он к 1);

2) Пол (здесь только бинарные значения: Ж, М);

3) Количество организаций, в которых работал человек (значения этого показателя находятся от 0 до 1; если показатель 0.1 или 0.2-человек работал в 1 организации; 0.3 или 0.4 в 2-х организациях; 0.5 или 0.6- в 3-х организациях; 0.7 или 0.8 в 4-х организациях; 0.9 или 1 в 5-ти организациях);

4) Влияние медицинских показателей на работу в данной сфере деятельности (показатель от 0 до 1, чем ближе к 1, тем большее влияние, например, для биологов важно отсутствие аллергии на животных);

5) Опыт к лабораторной (исследовательской) работе (показатель непрерывный от 0 до 1, чем ближе к 1, тем больше опыт работника);

6) Наличие смежных профессий (0-0.3 одна смежная профессия, 0.4-0.7 две смежные профессии, 0.8-1 три смежные профессии);

7) Уровень владения ПК (0 - нет таких навыков, 1 - пользовательский уровень, 2- владение специальными программами по своему направлению, 3- продвинутый уровень);

8) количество выполненных успешных проектов, работ (значения от 0 до 1. Если показатель 0.1 или 0.2, то 1 успешный проекта; 0.3 или 0.4, то 2 проекта; 0.5 или 0.6, то 3 проекта; 0.7 или 0.8,то 4 проекта; 0.9 или 1 5 проектов);

9) Уровень владения английским языком (показатель непрерывный от 0 до 1; чем ближе к 1, тем лучше уровень владения английским языком);

10) Степень коммуникативности (показатель непрерывный от 0 до 1; чем ближе к 1, тем человек более коммуникативный);

11) Степень эмоциональности (показатель непрерывный от 0 до 1; чем ближе к 1, тем человек более эмоциональный);

12) Тип мышления (показатель непрерывный от 0 до 1; чем ближе к 0, тем мышление более образное; чем ближе к 1, тем более аналитическое);

13) Тип памяти (показатель непрерывный от о до 1; чем ближе к 0, тем тип памяти более оперативный; чем ближе к 1, тем более долговременный);

14) Уровень эмпатии (показатель непрерывный от о до 1; чем ближе к 0, тем этот уровень более низкий; чем ближе к 1, тем более высокий);

На основе таблицы 1 был создан тестовый файл в Excel, фрагмент которого приведен на рис. 1.

	A	B	C	D	E	F	G
1	ФИО	проф. обр.	пол	кол. Орг., в кот. раб.	мед. Пок.	опыт исслед. Раб	см. проф.
2	ФИО1	0	Ж	2	0,1	0,1	2
3	ФИО2	1	Ж	4	0,2	0,1	2
4	ФИО3	0,5	Ж	0	0	0	1

Рис. 1. Структура тестового файла (источник: разработан автором)

В нем были сформированы 30 профессионально-психологических профилей. Каждому из них давались значения характеристик, согласно их профессиональной деятельности. Далее на этом массиве была проведена кластеризация данных в пакете Deductor. Перед каждым вычислительным экспериментом формулировалась гипотеза, которая затем проверялась.

Первая гипотеза: если делить тестовый массив на два кластера, то он разделится согласно полу работников. Гипотеза не подтвердилась, в одном кластере были все специалисты в области технических и естественных наук, и менеджеры; в другом были специалисты в области гуманитарных наук и в области искусства.

Вторая гипотеза: если разделить тестовый массив на три кластера, то в одном кластере будут менеджеры; в другом специалисты в области гуманитарных наук и искусства; в последнем кластере будут специалисты в области технических и естественных наук. Предположение подтвердилось.

Третья гипотеза: при разбиении на четыре кластера в одном будут специалисты в области технических и естественных наук; в другом будут менеджеры; а в последних двух кластерах буду специалисты в области искусства и гуманитарных наук. Было проведено пять экспериментов с разными параметрами. Гипотеза подтвердилась только в одном эксперименте. Но можно отметить некоторые закономерности кластеризации, которые сформулированы в заключении.

Четвертая гипотеза: при разбиении массива на пять кластеров, данные разделятся строго по сфере профессиональной деятельности. Было проведено

несколько вычислительных экспериментов с разными параметрами. Гипотеза не подтвердилась, каждый раз карта была разная.

Попытались вывести переменную «пол» из «входных» в «информационные», после чего гипотеза была проверена еще. Предположение подтвердилось многократно, карта Кохонена представлена на рис.2.

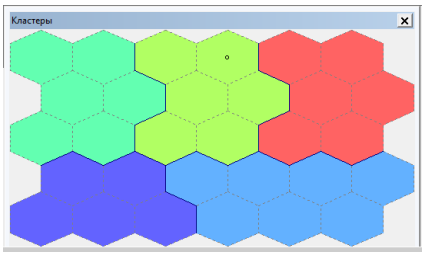


Рис.2. Карта Кохонена для разбиения на пять кластеров (источник: получен автором в результате вычислительного эксперимента)

При проверке первой гипотезы данные разделились таким образом, поскольку значения характеристик «количество успешных проектов», «уровень владения ПК», «тип мышления» и «тип памяти», «уровень эмоциональности» и «уровень эмпатии» в направлениях «искусство» и «гуманитарии», попавших в один кластер, а также в направлениях «техники», «естествоиспытатели», «менеджеры», попавших в другой кластер, примерно одинаковые.

При проверке второй гипотезы в первом кластере были все специалисты в области технических и естественных наук, потому что их характеристики наиболее схожи. Во втором были все специалисты в области искусства и гуманитарных наук, которые тоже имеют близкие характеристики. В последний попали все менеджеры.

При проверке третьей гипотезы были выявлены следующие закономерности. Наиболее часто в один кластер попадали «техники» и «естествоиспытатели», поскольку схожестью значений их характеристик значительна. Также тенденцию к объединению демонстрировали деятели «искусства» и «гуманитарии», но иногда они делились по разным кластерам.

Управленцы всегда группировались в отдельные кластеры, что подчеркивает яркое отличие их характеристик от других групп и подтверждает предыдущий вывод.

При проверке четвертой гипотезы все экземпляры четко распределяются по направлениям, если вынести характеристику «пол» в «информационный» тип.

Проведенное исследование показало, что инструмент «Самоорганизующиеся карты Кохонена» позволяет определять различия в профессионально-психологических профилях личностей и распределять их в разные группы. Кластеризация, проведенная на тестовом файле, показала, что нейронная сеть смогла распознать закономерности, заложенные в массиве исходных данных на этапе его создания.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Указ Президента РФ от 10 октября 2019 г. № 490 "О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации" – URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/44731 (дата обращения 21.11.2020).
2. Применение нейронных сетей для подбора состава группы проекта-URL:http://www.ej.1gb.ru/2019/09/pdf/06.pdf (дата обращения 29.11.2020).
3. Зинченко А.А. Применение нейросетевых моделей для принятия решений о подборе персонала // Вестник ТГУ.2015. Т.20. вып.2. С. 453-456.
4. Дмитриева С.В., Кричевский М.Л. Песоцкий А.Б. Нейросетевой метод отбора персонала // Казанская наука. 2017. №9. С. 12-14.
5. Классификация профессиональных деятельностей-URL: https://pandia.ru/text/78/285/22268.php (дата обращения: 29.11.2020).

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ САМООРГАНИЗУЮЩИХСЯ КАРТ КОХОНЕНА

Миронов Е.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В последние годы заметно ускорился переход экономических систем на инновационный путь развития, основанный на использование цифровых технологий. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» определяет основные сквозные технологии цифровой экономики, такие как: большие данные, нейротехнологии и искусственный интеллект, системы распределённого реестра и другие [1]. В целях обеспечения приоритета ускоренного развития искусственного интеллекта и нейронных сетей в РФ указом Президента РФ принята «Национальная стратегия развития искусственного интеллекта на период до 2030 года» [2].

На сегодняшний день нейросетевые технологии активно используются для анализа динамики различных показателей, характеризующих деятельность регионов РФ. В работе Перовой В.И. [3] для оценки эффективности системы здравоохранения регионов РФ был проведен кластерный анализ по четырём показателям за 2017 г. при помощи самоорганизующихся карт Кохонена, реализованный на базе аналитической платформы Deductor [4]. В результате были определены регионы, являющиеся перспективными в плане развития здравоохранения, и регионы, которым необходимо оптимизировать их деятельность в этой сфере.

В статье Субботина А.В. [5] рассматривается динамика развития строительных организаций за 2012 – 2017 гг по регионам РФ на основе 5 показателей характеризующих результаты строительной отрасли регионов. Анализ проводился по каждому году путём построения самоорганизующихся карт Кохонена, на базе аналитической платформы DeductorAcademic.

Результаты показали неравномерности в деятельности строительных организаций в регионах РФ. По мнению автора, полученные результаты можно использовать для принятия управленческих решений, способствующих экономическому развитию регионов РФ в сфере строительства. Методы кластеризации, рассмотренные в этой статье, также применялись и в данной работе.

Объектом исследования данной статьи является человеческий потенциал регионов РФ, а предметом – динамика развития показателей, характеризующих человеческий потенциал за 2014 – 2018 гг.

В условиях жесткой конкуренции среди территорий за приток инвестиций, квалифицированных кадров и экологически безопасного производства все более актуальной проблемой становится повышение имиджа и привлекательности субъектов, т. е. их конкурентоспособности.

Для решения данной задачи регионами проводится разработка и реализация программ стратегического развития. В Нижегородской области (НО) принята «Стратегия социально-экономического развития Нижегородской области до 2035 года» (далее Стратегия) [6]. Она устанавливает следующие приоритеты:

- развитие человека;
- экономическое развитие;
- пространственное развитие и природные ресурсы;
- инновационное развитие;
- другие.

В связи с этим является актуальным проведение сравнительного анализа деятельности регионов РФ в рамках представленных направлений, а также оценки эффективности реализации стратегии социально-экономического развития НО. В частности, в данной работе проводился анализ одного из названных направлений – человеческого потенциала. Анализ динамики этого направления проводился по 85 регионам РФ за 2014

– 2018 гг. на основе показателей, взятых с сайта Федеральной службы государственной статистики (ФСГС) [7]:

- X1 – суммарный коэффициент рождаемости (число детей на 1 женщину);
- X2 – общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя (на конец года; квадратных метров);
- X3 – медианный уровень среднедушевых денежных доходов населения (рублей в месяц);
- X4 – ожидаемая продолжительность жизни при рождении, всё население (число лет);
- X5 – индекс доступности спортивных сооружений региона.

Показатель X3 приведён к ценам 2016 года на основе индекса потребительских цен, поскольку базовые и планируемые показатели Стратегии приведены именно к этому году.

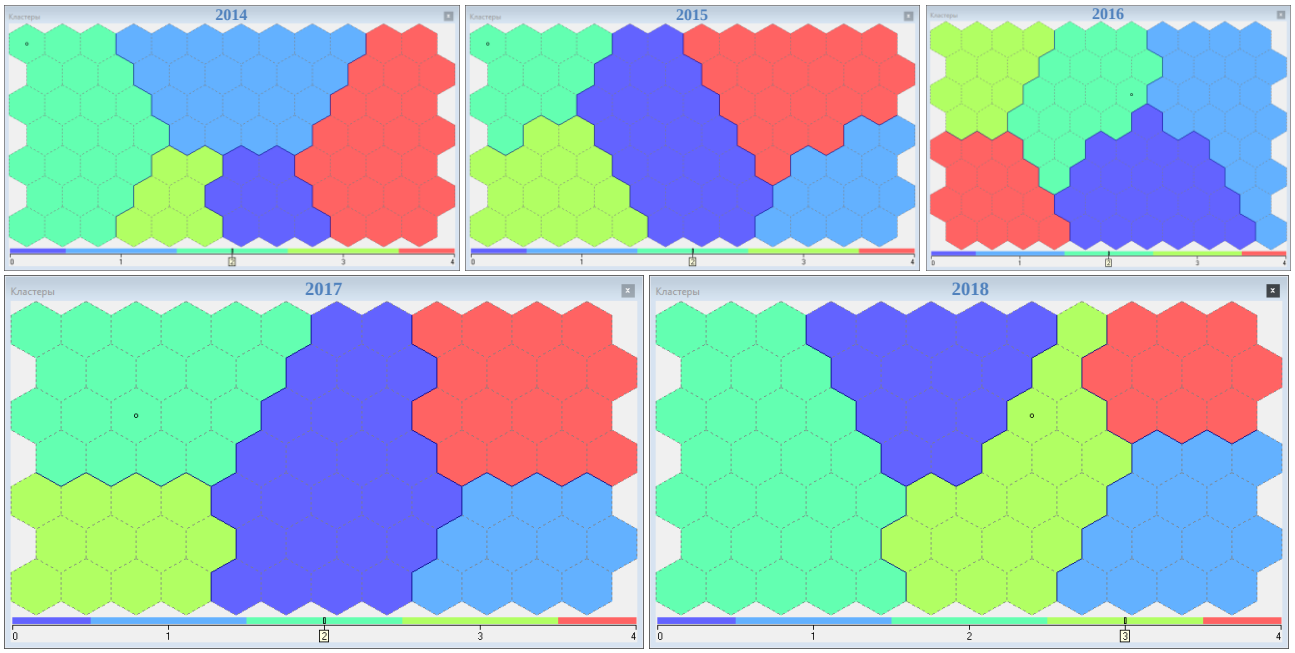
Показатель X5 был рассчитан путём сложения взвешенных значений числа спортивных сооружений региона, а именно, это сумма плоскостных спортивных сооружений (площадки и поля), спортивных залов и плавательных бассейнов взвешенных на 0.1, 0.5 и 1.0, соответственно. Первоначально предполагалось использовать показатель «Доля граждан ведущих здоровый образ жизни, %», но ФСГС была утверждена методика расчёта данного показателя 29 марта 2019 г. в связи с чем данные по нему доступны только за 2019 г [8].

При осуществлении кластеризации, для каждого года в отдельности, проводилось от 14 экспериментов. При этом контролировались значения средней ошибки квантования (сумма соответствующих характеристик каждого кластера разбиения) и максимальной ошибки квантования (сумма соответствующих характеристик каждого кластера разбиения). Условия эксперимента задавались следующим образом:

- Фиксированное количество кластеров – 5;

- Способ разделения исходного множества данных: случайно;
- Параметры карты: максимально близкое значение к количеству регионов в двух вариациях – карты 12x7 или 11x8;
- Пример считался распознанным, если ошибка меньше 0,05 по достижению 500 или 1000 эпох;
- Скорость обучения в начале – 0.3; скорость обучения в конце – 0.005, 0.08, 0.14;
- Радиус обучения в начале – 2.7, 2.8; радиус обучения в конце – 0.1, 1.2, 2.0;
- Функция соседства: Гауссова.

В результате проведения вычислительных экспериментов были выбраны наилучшие разбиения с минимальными значениями средней и



максимальной ошибок квантования, карты которых приведены на рис. 1.

Рис.1. Карты наилучших разбиений за 2014 – 2018 гг. (источник: получено автором в результате вычислительных экспериментов)

В таблице 1 представлены результаты ранжирования кластеров за 2016 г. Ранжирование кластеров происходило по следующей методике – брались средние значения параметров каждого полученного кластера за год, после чего конкретному параметру присваивался ранг от 1 (лидер) до 5

(аутсайдер) в зависимости от его значения. После ранжирования всех параметров ранги пяти параметров в рамках одного кластера суммировались, давая «Суммарный ранг кластера», на основании значения которого выводился «Ранг кластера» – значение от 1 (лидер) до 5 (аутсайдер). Ранжирование по остальным годам проводилось по той же методике.

Результаты нейросетевого моделирования и ранжирования динамики показателей человеческого капитала регионов России были сведены в общую таблицу (фрагмент сводной таблицы приведён в таблице 2), на основе которой получены следующие результаты:

- на протяжении исследуемого периода в кластере с рангом 1 наблюдается образование ядер с постоянным составом из 7 регионов (см. таблицу 2);
- на протяжение периода 2015 – 2018 гг. в кластере с рангом 2 также наблюдается образование ядер с постоянным составом из 27 регионов;
- на протяжении рассматриваемого периода 34 региона имели положительную динамику и 2 региона отрицательную, в числе которых Воронежская и Московская области.

Таблица 1

Ранжирование кластеров за 2016 г.

Параметр	Кластер 0	Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3	Кластер 4
Мощность					
Среднее по X1	1.74	1.69	1.83	2.08	2.02
Ранг по X1	4	5	3	1	2
Среднее по X2	25.04	27.89	24.08	19.25	24.32
Ранг по X2	2	1	4	5	3
Среднее по X3	24131.21	19637.55	18556.04	16633.11	39200.14
Ранг по X3	2	3	4	5	1
Среднее по X4	71.81	71.63	70.88	71.16	69.84
Ранг по X4	1	2	4	3	5
Среднее по X5	1618.12	518.09	659.49	308.66	269.38

Ранг по X5	1	3	2	4	5
Суммарный ранг кластера	10	14	17	18	16
Ранг кластера	1	2	4	5	3

Таблица 2

Фрагмент сводной таблицы

Регионы	**Ранг**					**Характеристика**
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	
г. Москва	1	1	1	1	1	Ядро – 1
г. Санкт-Петербург	1	1	1	1	1	Ядро – 1
Нижегородская область	1	1	1	1	1	Ядро – 1
Республика Башкортостан	1	1	1	1	1	Ядро – 1
Республика Татарстан	1	1	1	1	1	Ядро – 1
Ростовская область	1	1	1	1	1	Ядро – 1
Свердловская область	1	1	1	1	1	Ядро – 1
Самарская область	1	4	1	1	1	
Воронежская область	1	2	2	2	2	Отрицательный тренд
Московская область	1	1	1	1	2	Отрицательный тренд
Республика Калмыкия	5	5	4	3	3	Положительный тренд
Оренбургская область	5	4	4	3	3	Положительный тренд
Томская область	5	5	4	3	3	Положительный тренд
г. Севастополь	5	5	5	3	2	Положительный тренд
Ленинградская область	3	2	2	2	2	Ядро – 2 (2015 – 2018)
Республика Коми	4	2	2	2	2	Ядро – 2 (2015 – 2018)
Владимирская область	3	2	2	2	2	Ядро – 2 (2015 – 2018)

Отдельно стоит отметить положение занимаемое НО и регионами бенчмарками, выделяемыми Стратегией. Республика Татарстан, Нижегородская и Свердловская области попали в ядро первого кластера, то есть регионов «лидеров». Самарская область, как один из бенчмарк регионов также присутствует в первом кластере, за исключением 2015 года, когда регион попал в 4 кластер. Попадание в этот кластер можно объяснить значительным снижением медианных доходов в этом году, в то время как у остальной тройки и в целом в большинстве регионов существенный спад или стагнация этого показателя наблюдались только в 2016 г.

Проведенное исследование позволило определить особенности динамики развития показателей, характеризующих человеческий потенциал в регионах РФ. Полученные результаты свидетельствуют о ее неравномерном характере. При этом рассматривая аспект конкурентоспособности Нижегородской области по человеческому потенциалу можно отметить её сильные позиции в этой сфере в сравнении с остальными регионами РФ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Цифровая экономика Российской Федерации: программа: распоряжение Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. N 1632-р // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2017. – № 32. – Ст. 5138; Официальный интернет портал правовой информации. – URL: http://www.pravo.gov.ru (30.11.2020).

2. Указ Президента Российской Федерации от 10.10.2019 г. № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/44731 (дата обращения: 30.11.2020).

3. Перова В.И., Корчемный П.В. Анализ эффективности системы здравоохранения регионов российской федерации на основе нейросетевого моделирования // Сборник научных статей по итогам VI Всероссийской научно-практической конференции «Актуальные проблемы управления» (Н.Новгород, 1-5 октября 2019 г.) / Электронное издание – Н.Новгород: Изд-во ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2019. С. 404–409.

4. Аналитический пакет Deductor. URL: https://basegroup.ru/deductor/description (дата обращения: 30.11.2020).

5. Субботин А.В. Использование нейросетевых технологий для оценки деятельности строительных организаций по регионам российской федерации.// Молодежь и предпринимательство: проблемы теории и практики: Материалы VII Научно-практической студенческой конференции (Н.Новгород, 12 декабря 2019 г.). / Н.Новгород: Изд-во ННГУ им. Н.И. Лобачевского. –2019. С. 1214–1220.

6. Постановление Правительства Нижегородской области от 21.12.2018 N 889 «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Нижегородской области до 2035 года». // Официальный интернет портал правовой информации. – URL: http://www.pravo.gov.ru (дата обращения 30.11.2020).

7. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации. – URL: http://www.gks.ru (дата обращения 30.11.2020).

8. Указ Федеральной службы государственной статистики «Об утверждении методики расчета показателя «Доля граждан, ведущих здоровый образ жизни (процент)». – URL: https://rosstat.gov.ru/metod/naz-proekt/met020001.pdf (дата обращения 30.11.2020).

НЕЙРОСЕТЕВОЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ ЧЕЛОВЕКА

Назарова К.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Искусственный интеллект - комплекс технологических решений, позволяющий имитировать когнитивные функции человека и получать при выполнении конкретных задач результаты сопоставимые с результатами интеллектуальной деятельности человека. Одним из видов искусственного интеллекта являются нейронные сети, которые способны самостоятельно выявлять закономерности практически любых предметных областей и строить адекватные модели в экономике и бизнесе, в политологии, в криминалистике, в медицине, в экологии, в исторических науках и др. В целях обеспечения ускоренного развития искусственного интеллекта в Российской Федерации был издан указ Президента РФ [1].

В задачах управления персоналом нейросетевые модели чаще всего используются при прогнозировании успешности сотрудников в компании в процессе найма, оценке результативности персонала, планировании персонала. Одной из важных проблем в этой области является прогнозирование направления профессиональной сферы деятельности человека.

Целью данной работы является изучение возможности предсказания профориентации личности на основании ее характеристик. В ходе данного исследования необходимо получить ответы на ряд вопросов: можно ли спрогнозировать направление профессиональной активности человека? если да, то каким образом? прогнозирование возможно укрупненное по направлениям профессиональной активности или детальное по специальностям? какие характеристики человека нужны при прогнозировании? как кодировать эти характеристики?

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

1. Провести обзор литературы;
2. Проанализировать системы группировок и кодировок характеристик личности;
3. Изучить виды ИНС, которые применяются для решения поставленной проблемы.

Обзор статей показал, что искусственные нейронные сети (далее ИНС) помогают решать важные задачи в области управления персоналом, в том числе и прогнозирование. Например, в статье [2] они используются для решения проблемы текучести персонала. Целью работы было разработать метод прогнозирования даты ухода сотрудника. Помимо этого ИНС можно применить и для оценки компетенций персонала [3].

Успешность нового проекта в любой сфере деятельности напрямую зависит от компетентности выбранных сотрудников, от того, правильно ли распределены между членами команды отдельные взятые задачи проекта. В

статье [4] рассматривается возможности применения нейронных сетей при решении задач подбора сотрудников для проекта.

Подбор персонала достаточно сложный и трудоемкий процесс, в ходе отбора кандидата на ту или иную должность у специалиста по подбору возникает множество вопросов. К примеру, кандидат хочет работать на руководящей должности, как понять способен ли он руководить? Можно сделать определенные выводы исходя из резюме или же провести глубинное интервью. Однако ИНС тоже способна выявить это. В статье [5] рассмотрены возможности искусственного интеллекта, с помощью которых можно на основе существующих параметров кандидата или работника определить его способность к руководящей работе.

В статье [6] разработана нейросеть, которая позволяет определить специализации сотрудников в рекламном бизнесе, а именно, прогнозирует где лучше работать человеку: в копирайтинге, в дизайне, в маркетинге или в менеджменте. В этой работе решаются задачи профориентации сотрудников и планирования кадрового резерва.

Таким образом, можно прийти к выводу, что спрогнозировать с помощью ИНС направление профориентации человека возможно.

В изученных статьях применялись различные типы ИНС. Чаще всего для решения задач прогнозирования направления деятельности применяется многослойный персептрон [6] – это класс ИНС прямого распространения, состоящих как минимум из трех слоёв: входного, скрытого и выходного. Также, для отдельно взятых задач использовались дискретные и непрерывные сети Хопфилда [4]. В статье [7], которая посвящена решению задачи подбора состава проекта, предлагалось использовать сети Хэмминга, которые являются развитием нейронной сети Хопфилда.

Как известно, существуют укрупненные профессии и детальные по специальностям. Например, согласно ФГОС по бакалавриату в вузах России предусмотрено 54 укрупненных направления и 151 специальность.

В статье [6] для прогноза успешности молодых специалистов была выбрана сфера рекламистов по отдельно взятым специальностям. В большинстве статей не указывалось, для какой сферы решается та или иная задача, какие профессии выбирают, однако, можно предположить, что в статье [4] , исходя из набора характеристик сотрудника, было выбрано математическое направление.

Достаточно сложно спрогнозировать профессиональное направление по специальностям, а для более укрупненного можно предложить такой список направлений: искусство, наука и техника, предпринимательство.

В качестве входных параметров для решения задач в области управления персоналом используется определенный набор характеристик. Так, например, в одной из статей набор характеристик сотрудника был достаточно специфичен и подходил только для определенного направления [4].

В некоторых статьях присутствуют достаточно обобщенные характеристики, которые есть у всех: должность, возраст, одиночество, город, пол, стаж в текущей должности, дата приема на текущую должность [2, 5, 8, 9].

В статье [6] были представлены такие характеристики: потребность в доминировании, аналитическое мышление, умение абстрагироваться, склонность к работе в команде, умение делегировать задачи, умение четко влиять на подчиненных, справедливость и системность мышления, умение брать на себя ответственность, умение отобрать нужную информацию.

Все представленные характеристики можно классифицировать. В работе [7] предложена такая классификация: характеристики общего плана (дата рождения, стаж работы, образование, пол и др.), характеристики профессиональной деятельности (стабильность, уровень компетенций, качество работы, количество выполненных проектов, уровень выполненных предыдущих проектов, уровень знаний) и психологические характеристики

(уровень самоконтроля, эмоциональность, исполнительность, самооценка, мышление, работа в команде, уровень мотивации и другое).

Для прогнозирования направления профессиональной активности человека можно предложить такой набор характеристик: характеристики общего плана (дата рождения и пол), характеристики, касающиеся профессиональной деятельности человека (уровень знаний и количество выполненных проектов) и характеристики психологического направления (самооценка, интроверсия/экстраверсия, эмоциональность интеллект).

Предложенный набор характеристик и система их кодирования приведены в таблице 1.

Таблица 1

Набор характеристик личности и система их кодирования для нейросетевого прогнозирования

Характеристики		Кодирование
Общего плана	Дата рождения	Дата рождения – период рождения (целочисленная или строковая переменная)
	Пол	0 - женский, 1- мужской
Профессиональные	Уровень знаний по направлениям	Средний балл по каждому направлению
	Проектные работы по направлениям	0 работ – 0, от 1 до 5 – 1, 5 и более 2
Психологические	Самооценка	0 – заниженная, 1 - низкая, 2 - адекватная, 3 – высокая 4 - завышенная
	Интроверсия / экстраверсия	0 – интроверт / 1 - экстраверт
	Эмоциональный интеллект	0 – понимает свои эмоции, 1 – управляет своими эмоциями, 2 – понимает эмоции других, 3 – управляет эмоциями других

Рекомендованные профессиональные и психологические характеристики позволяют идентифицировать личность и спрогнозировать ее направление профессиональной активности. Например, люди направления искусство обладают в большей степени высокими оценками по пению, музыке, рисованию и проектных работ у них больше по ним, для них также характерна интроверсия, самооценка вполне адекватна, но может быть и выше, как правило, такие люди чувствительны к другим, поэтому они обладают высоким эмоциональным интеллектом. Направление наука и техника: высокие оценки по естественным и техническим наукам; характерна интроверсия; самооценка от заниженной до высокой; как правило, такие люди обладают невысоким эмоциональным интеллектом. Направление предпринимательство: высокие оценки по экономике и обществознании; обладают высокой самооценкой; в большей степени – экстраверты; самооценка высокая или даже завышенная.

Поставленная цель в данной работе достигнута, а именно: изучена возможность предсказания профориентации личности на основании ее характеристик. А также были получены ответы на ряд вопросов: спрогнозировать направление профессиональной активности человека возможно; это реально с помощью многослойного перцептрона; в целом прогнозирование возможно как укрупненное, так и более детальное, однако углубленное - достаточно сложный процесс; характеристики для этого нужны разнообразные, которые целесообразно классифицировать; кодировка таких качеств человека весьма дискуссионный момент, однако мною был предложен вариант кодирования этой информации.

В результате проведенного исследования для прогнозирования профориентации человека по предложенным направлениям целесообразно разработать многослойный перцептрон с 11 входами, 3 слоями с функцией активации типа сигмоида и с 3 выходами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Указ Президента РФ О развитии искусственного интеллекта в РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_335184/942772dce30cfa36b671bcf19ca928e4d698a928/

2. Рукавишников А.А., Субботин А.В., Корчемный П.В. Использование искусственных нейронных сетей в задаче контролирования текучести в организациях // Актуальные вопросы права, экономики и управления: сборник статей XIX Международной научно-практической конференции Пенза. 2019. С.124-126.

3. Кричевский М.Л., Дмитриева С.В., Мартынова Ю.А. Нейросетевая оценка компетенций персонала // Экономика труда 2018. № 4. С. 1101-1118.

4. Асанов А.З., Мышкина И.Ю. Исследование возможности применения нейронных сетей при решении задач отбора команды для реализации проекта // Проблемы управления №1, 2017. С. 31-39.

5. Ясницкий Л.Н., Михалева Ю.А., Черепанов Ф.М. Возможности методов искусственного интеллекта для выявления и использования новых знаний на примере задачи управления персоналом // Журнал Формирующихся Направлений Науки. 2014. № 6(2). С. 32-41.

6. Азарнова Т.В., Степин В.В., Щепина И.Н. Повышение эффективности методов управления развитием персонала на основе нейросетевых моделей и нечетких экспертных технологий // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. 2014. № 3. С. 121-130.

7. Шумков Е.А. Применения нейронных сетей для подбора состава группы проекта // Научный журнал КубГАУ. 2019. №153(09). С. 1-9.

8. Азарнова Т.В., Терновых И.Н. Применения нейросетей в процессе подбора персонала // Вестник ВГУ, серия: Системный анализ и информационные технологии. 2009. № 2. С. 76-80.

9. Зинченко А.А. Применение нейросетевых моделей для принятия решений о подборе персонала // Вестник ТГУ. 2015. В.2 С. 453-456.

ПРИМЕНЕНИЕ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КОММУНИКАТИВНОГО КОНТРОЛЯ РАБОТНИКОВ

Селезнева Н.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В последнее время все больше внимания уделяется изучению и применению нейронных сетей в самых различных областях деятельности. Такая популярность сетей обусловлена их замечательными способностями к обучению по наблюдаемым примерам и формированию выводов на базе неточной информации. Согласно Указу Президента «О развитии искусственного интеллекта» от 10.10.2019 года стремительное развитие технологий искусственного интеллекта сопровождается существенным ростом как государственных, так и частных инвестиций в их развитие, а также в разработку прикладных технологических решений на основе искусственного интеллекта. Главной целью Российской Федерации является оказание поддержки в области развития и обучения нейронных сетей. Согласно Указу Президента от10.10.2019 года, основным направлением развития нейронных сетей является повышение доступности и качества данных, необходимых для развития технологий искусственного интеллекта[1].

Применение нейронных сетей существенно облегчает выполнение работы и позволяет наиболее эффективно достигнуть высоких результатов. Известно широкое использование нейронных сетей в области менеджмента. Особой популярностью пользуются нейронные сети для подбора персонала, во многих статьях рассматриваются и исследуются возможности использования технологий нейронных сетей для разработки маркетинговых механизмов регулирования процессов посредничества в подборе персонала на рынке труда[2].

Будет рассматриваться сфера управления персоналом и сфера отношений сотрудников коллектива на психологическом уровне, где потенциальным сотрудникам компании может быть предложен тест на коммуникативный контроль, являющейся неотъемлемой составляющей внутреннего климата коллектива, и от него зависит, как выстроятся отношения с сотрудниками и насколько будет сплочен коллектив. Коммуникативный контроль играет огромную роль в подборе сотрудников. От выбранных вариантов ответов зависит к какому уровню можно отнести работника: к низкому, среднему или высокому коммуникативному контролю, где высокий коммуникативный контроль указывает на ценность работника и нужность его кампании.

Результаты данного психологического теста будут обработаны сетью персептрон, позволяющему быстро выявить результаты и уменьшить затраты времени на поиск подходящих работников в различные компании. Такие тесты могут активно использоваться органами кадровой политики, менеджерами по подбору персоналу, компаниями, заинтересованными в создании сплоченного коллектива, а также тех, чьи сотрудники находятся в постоянном непосредственном контакте с людьми.

Тест, обработанный искусственной сетью, позволяет быстро выявить цепных работников и не упустить их, что может произойти из-за усталости человека после просмотра множества анкет принимаемых на работу сотрудников.

Для определения коммуникативного контроля работников выбран тест, содержащий 10 вопросов. Поскольку результаты теста будут обрабатываться нейронной сетью, необходимо ее обучить.

Для того чтобы обучить искусственную сеть, необходимо создать файлы исходных данных. В программе Excel была составлена таблица со всеми возможными вариантами ответов на вопросы теста и итоговым результатом на каждый вариант. Структура файла представлена на рис. 1.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	y
2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5
4	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	5
5	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	5
6	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	5

Рис.1 Структура файла исходных данных для обучения сети (Источник: разработано автором)

Поскольку имеется 10 вопросов на тест, то на рис. 1 столбцы x1-x10 - это варианты ответов на вопросы теста-10 входных переменных, в котором по принципу двоичного числа 0 – ответ «нет», 1 – ответ «да». В результате файл исходных данных содержит 1024 строки. В данном файле колонка y- выходные данные (показывающие результат теста), в котором: 1 – низкий коммуникативный контроль, 5 – средний коммуникативный контроль и 9 – высокий коммуникативный контроль.

Выходные данные представлены в виде цифр 1,5,9 по двум причинам. Во-первых, необходимая для обработки данных нейронная сеть не работает с данными, представленными в текстовом формате. Во-вторых, между числами 1, 5 и 9 достаточное расстояние, чтобы снизить риск ошибки при работе с нейронной сетью.

Но можно ли обучать сеть на файле меньших размеров? Была поставлена такая проблема, поскольку существует множество тестов, содержащих гораздо больше вопросов, чем изучаемый тест. Ответ на этот вопрос будет получен в ходе дальнейшей работы. Однако, в любом случае, файл исходных данных будет выглядеть как на рис. 1, разница будет заключаться лишь в количестве исходных строк.

Следующим шагом является создание сети, для которой был использован программный пакет STATISTICA.

При обучении на всех 1024 сетях имеются следующие параметры: подвыборка обучения – 100%, подвыборка контроля – 0, подвыборка теста – 0, мин. скрытых нейронов – 5 шт., макс. скрытых нейронов – 20 шт., сети для

обучения – 80 шт., сети для сохранения – 5 шт., количество нейронов - 16), что можно увидеть на рис. 2.

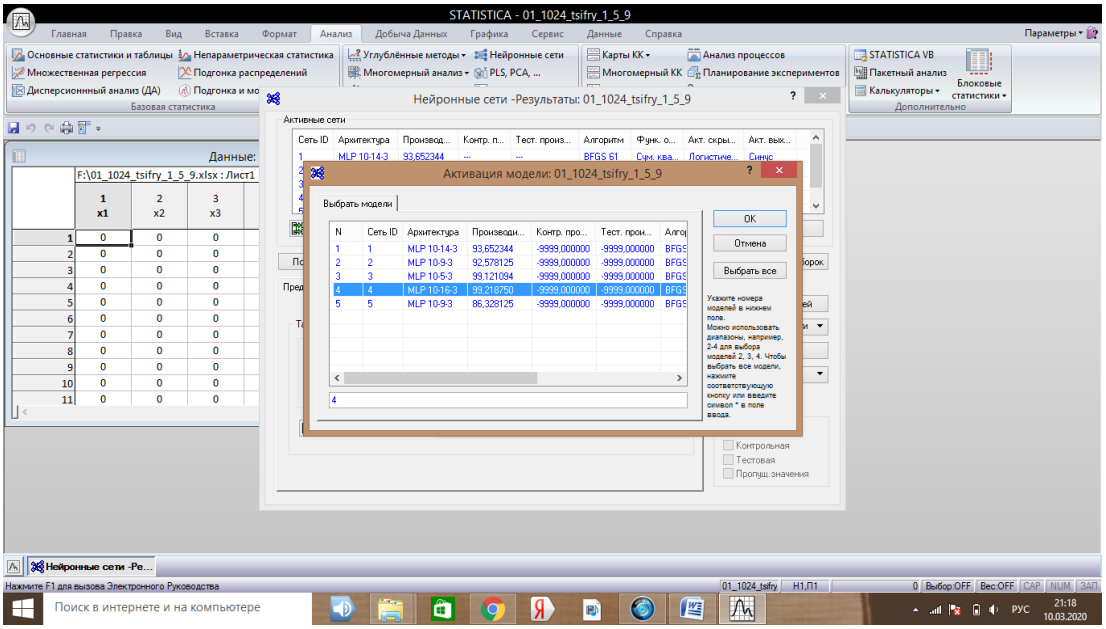


Рис.2 Результат обучения сети в программном пакете STATISTICA (Источник: Получено автором в результате вычислительного эксперимента)

На этом этапе стоит уделить внимание выборке обучения, по которой производится обучение сети и происходит надстройка весов, позволяющих минимизировать ошибки от замены метрики входных векторов вектором весом. С этой целью, для того, чтобы нейроны максимально точно описывали данные, и были получены высокоточные результаты, изменяли выборку обучения на 30%, 60% и 90%. В результате чего, были получены следующие показатели лучших сетей при различных количествах выборок на обучение (30%, 60% и 90 %),представленные в таблице 1.

Таблица 1

Результаты вычислительного эксперимента

Сеть, № п/п	Подвыборка обучения, %	Подвыборка контроля, %	Подвыборка теста, %	Мин. Скрытых нейронов, шт.	Макс. Скрытых нейронов, шт.	Сети для обучения, шт.	Сети для сохранения, шт.	Количество нейронов, шт.

1	30	35	35	5	20	80	5	13
2	60	20	20	5	20	80	5	5
3	90	5	5	5	20	80	5	19 (20)

Исходя из приведенной таблицы, была получена (выделенная) лучшая сеть с подвыборкой обучения- 60%, подвыборкой контроля-20%, подвыборкой теста-20%, мин. скрытых нейронов - 5, макс. скрытых нейронов-20, сетями для обучения-80,сетями для сохранения-5,количеством нейронов-5 и минимальной ошибкой по сравнению с другими лучшими сетями.

В результате обучения и тестирования сети были выведены следующие лучшие варианты параметров для обучения и использования сети, приведенные в таблице 2.

Таблица 2

Результаты обучения и тестирования сети

Сеть, № п/п	Подвыборка обучения, %	Подвыборка контроля, %	Подвыборка теста, %	Мин. Скрытых нейронов, шт.	Макс. Скрытых нейронов, шт.	Сети для обучения, шт.	Сети для сохранения, шт.	Количество нейронов, шт.
1	50	25	25	5	20	80	6	5
2	60	20	20	5	20	80	6	5
3	50	25	25	4	13	40	5	12
4	50	25	25	5	25	50	5	5
5	50	25	25	5	35	65	5	25

Среди которых из таблицы 2, лучшей сетью оказалась вторая сеть из приведенной выше таблицы, поскольку она имела наименьшую ошибку 99,02% по подвыборке обучения и 99,7% по подвыборке теста и с минимальным количеством нейронов.

Была поставлена задача решить на большом файле, однако было необходимо узнать, можно ли добиться успеха на более мелких файлах по объему- размером в 600 и 300 строк. Данные файлы составлялись из файла с 1024 исходным количеством данных путем извлечения повторяющихся строк из файла с 1024 вариантами. В результате этого эксперимента можно убедиться, что четких и точных результатов можно добиться тестированием и обучением файла размером в 300 строк. Более того, удалось получить минимальную ошибку, которая подтверждает успех решения нашей задачи, в этом можно убедиться, посмотрев на рис. 3, в котором выделена синим сеть.

N	Сеть ID	Архитектура	Производи...	Контр. про...	Тест. прои...	Ал
1	1	MLP 10-13-3	98,538961	100,000000	99,019608	BF
2	2	MLP 10-15-3	98,863636	100,000000	99,019608	BF
3	3	MLP 10-5-3	98,863636	100,000000	99,019608	BF
4	4	MLP 10-5-3	98,863636	100,000000	99,019608	BF
5	5	MLP 10-5-3	98,863636	100,000000	99,019608	BF

Рис. 3 Результаты обучения сети на маленьком файле (Источник: получено автором в результате вычислительного эксперимента)

Таким образом, в результате эксперимента удалось обучить и создать сеть для обработки результатов теста из файла размером 1024 строки, среди которых была получена лучшая сеть с минимальной ошибкой- 99,02% по подвыборке обучения и 99,7% по подвыборке теста и наименьшим количеством нейронов. Но самое главное, было доказано, что можно обучать сеть на сокращенных выборках и с высокой точностью. Так, тестируя на файле размером 300 строк, была получена лучшая сеть с минимальной ошибкой- 99,8% по выборке обучения и 99,01% по тестируемой выборке, и тестирование на маленьком файле позволило получить высокие и точные результаты. Исходя из выше сказанного, можно прийти к выводу, что можно

обучать сеть на маленьких файлах, что существенно облегчит работу менеджерам при подборе персонала на работу.

Благодаря применению нейронных сетей для определения коммуникативного контроля потенциальных сотрудников можно существенно облегчить работу и сам процесс отбора персонала, добиться высокой точности и оптимизации процесса, что существенно повлияет на результативность компаний.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Указ Президента Российской Федерации от 10.10.2019 г. № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» -URL:

http://www.kremlin.ru/acts/bank/44731 (дата обращения 19.11.2020).

2. Азарнова Т. В., Терновых И. Н. Применение нейронных сетей в процессе подбора персонала//Вестник ВГУ: системный анализ и информационные технологи.-2019.-№2.-С. 76-77.
3. Шумков Е.А. Применение нейронных сетей для подбора состава группы проекта// Научный журнал КубГАУ №153(09).-2019.- С.1-5.
4. Дмитриева С. В., Кричевский М.Л.,Песоцкий А. Б.Нейросетевой метод отбора персонала// Экономика труда.-2018.-Т.5,№4.-С.1104-1108.
5. Зинченко А.А. Применение нейросетевых моделей для принятия решений о подборе персонала// Вестник ТГУ.- 2015. -Т.20,№2.-С.453-456.

ПРОБЛЕМЫ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ МАССИВОВ ИСХОДНЫХ ДАННЫХ ДЛЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

Семёнова Е.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Информационные технологии играют всё большую роль в современном мире. Одним из наиболее часто встречаемых и развивающихся проявлений

технологий является искусственный интеллект, в частности – нейронные сети.

Эксперты отмечают, что без развития в сфере нейронных сетей Россия может остаться далеко позади развитых государств мира.

В Указе Президента РФ от 10.10.2019 г. №490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» [1] отмечается, что развитие искусственного интеллекта и ускоренное внедрение технологических решений, разработанных на его основе, может привести к росту мировой экономики (в таком случае в 2024 г. он должен составить не менее 1 трлн. долларов США). Потребность экономики и всего общества в развитии искусственного интеллекта связана с потребностью в обработке всё больших объемов данных как человеком, так и техническими устройствами.

Стоит отметить, что те продукты в сфере информационных технологий, которые созданы российскими разработчиками, уже сейчас обладают большой привлекательностью, в том числе и экспортной, на мировом рынке информационных технологий.

Те положения, которые прописаны в Указе Президента [1], уже реализуются на деле. Существуют научные статьи, в которых социально-экономические задачи решены с использованием информационных технологий. Кратко рассмотрим несколько примеров. В одной из таких статей [2] изучаются особенности сельского хозяйства в субъектах РФ, когда с помощью нейронных сетей субъекты разделяются на 4 кластера по уровню развития в них сельхоз производства. Во второй подобной работе [3] с помощью информационных технологий рассматривается динамика развития физической культуры и спорта в субъектах РФ, где они также подразделяются на несколько групп. Существует также статья [4], результатом исследования которой стало кластерное разбиение на основе динамики деятельности вузов РФ с помощью нейросетевого моделирования.

Основным фактором успешности развития искусственного интеллекта является доступность (в особенности – обработанных, структурированных)

данных и создание инфраструктуры для работы с ними. Чем больше данных будет предоставлено исследователям (не только учёным, но и, к примеру, школьникам и студентам), и чем лучше они будут подходить для обработки компьютерными программами, тем быстрее будет идти процесс развития искусственного интеллекта. Особенно это касается массивов данных, которые часто нужны для работы с продуктами информационных технологий.

Рассмотрим пример использования массивов данных на статье [2]. На рис.1-3 видно, что для обработки взят большой объём информации, как всегда делается при построении нейронных сетей. Для того чтобы собрать информацию, необходимую для решения конкретной задачи, исследователям нужно было проанализировать и скопировать несколько подобных таблиц. Не всегда подобный отбор данных удобен, так как их структурное представление не адаптировано к целям обработки. Рассмотрим конкретные недостатки в представлении таблиц на примере рис.1-3.

15.4. ОСНОВНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ОРГАНИЗАЦИЙ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РАСТЕНИЕВОДСТВЕ И ЖИВОТНОВОДСТВЕ

	Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток) организаций[1], млн руб.											
	растениеводства						животноводства					
	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2005	2010	2015	2016	2017	2018
Российская Федерация	**9652**	**14586**	**136159**	**140141**	**68532**	**101749**	**20887**	**50107**	**123055**	**93574**	**102224**	**102932**
Центральный федеральный округ	**574**	**-1815**	**53929**	**53241**	**14841**	**46408**	**5464**	**19448**	**52653**	**53656**	**57833**	**57149**
Белгородская область	-235	-170	8966	11373	2265	6834	2376	8009	32973	21810	24127	28661
Брянская область	24	108	704	592	-0,2	1160	69	810	-10702	9720	513	-10147
Владимирская область	11	56	51	-28	-13	-19	265	1099	1161	74	1101	848
Воронежская область	-373	-1230	8897	9850	2173	7319	53	730	1954	3517	2294	4736
Ивановская область	62	-25	-104	70	1	163	198	19	195	27	-45	-79
Калужская область	7	-12	-448	451	-859	4	185	-36	218	344	474	980
Костромская область	1	-98	40	20	11	119	261	185	604	290	255	131
Курская область	-145	531	6549	7341	4162	10319	-33	-219	7638	3316	7949	9439
Липецкая область	277	-2412	8752	7666	3724	9628	115	1507	3510	3578	5633	7522
Московская область	1600	599	2912	-266	793	1909	928	4189	839	2919	1243	2052
Орловская область	-474	443	6197	5074	-613	3052	47	123	1303	950	1491	1691
Рязанская область	209	30	224	48	-128	707	361	1122	1995	1538	1349	1485
Смоленская область	-30	185	-10	12	156	-14	58	56	904	636	867	271
Тамбовская область	-486	379	10951	8659	1867	5352	-72	389	5600	2545	4529	5302
Тверская область	55	23	-148	1154	-415	-78	40	572	1118	893	3747	2619
Тульская область	21	-126	381	282	465	247	256	297	996	708	362	162
Ярославская область	31	0,4	36	229	259	10	357	595	2259	1033	1887	1720
г. Москва	19	-96	-21	714	993	-304	-0,0	1	88	-242	57	-244
Северо-Западный федеральный округ	**874**	**88**	**140**	**255**	**-1054**	**-523**	**3313**	**4661**	**12465**	**11683**	**12734**	**10684**
Республика Карелия	16	–	–	–	–	34	38	-88	19	-38	112	185
Республика Коми	4	3	18	49	14	32	106	496	807	539	564	376
Архангельская область	-17	-39	–	–	–	–	-72	177	424	306	299	345
в том числе:												
Ненецкий автономный округ	5	–	–	–	–	–	4	35	114	121	46	63
Архангельская область без автономного округа	-22	-39	–	–	–	–	-76	142	310	185	253	282
Вологодская область	21	17	-67	14	23	6	637	622	786	1664	795	1453
Калининградская область	56	-44	-642	-234	-593	-463	249	116	687	963	963	291
Ленинградская область	119	175	1111	584	-363	722	2051	2754	6013	3543	4949	4416
Мурманская область	-3	-73	–	–	–	–	21	48	-122	120	-3	-30
Новгородская область	4	41	-219	-228	-310	-273	104	196	888	905	408	236
Псковская область	8	-0,4	57	95	215	7	151	159	2837	3693	4622	3362
г. Санкт-Петербург	666	8	-118	-25	-40	-588	28	181	126	-12	25	50
Южный федеральный округ	**6645**	**12590**	**43337**	**48504**	**32082**	**36910**	**1062**	**2364**	**6309**	**1053**	**-2546**	**-8376**

Рис.1. Основные финансовые показатели организаций, осуществляющих деятельность в растениеводстве и животноводстве. Центральный федеральный округ, Северо-Западный федеральный округ, Южный федеральный округ. Источник: Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [5].

Уральский федеральный округ	**-9**	**-66**	**1300**	**-912**	**1049**	**371**	**2445**	**6093**	**9695**	**7802**	**7873**	**9593**
Курганская область	4	-81	510	103	511	120	-71	18	254	209	140	179
Свердловская область	54	222	251	197	179	72	1037	2137	4229	3790	2522	3588
Тюменская область	207	91	747	160	545	340	528	2501	3324	2210	2504	2280
в том числе:												
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	–	-6	13	-30	-4	-3	-8	-9	1	-15	5	6
Ямало-Ненецкий автономный округ	–	–	–	-6	–	–	-89	87	25	79	62	-10
Тюменская область без автономных округов	–	97	734	196	549	343	625	2423	3298	2146	2437	2284
Челябинская область	-274	-298	-208	-1372	-186	-161	951	1437	1888	1593	2707	3546
Сибирский федеральный округ	**8**	**2601**	**5801**	**4817**	**3282**	**4542**	**4594**	**8962**	**15412**	**8701**	**14965**	**14516**
Республика Алтай	1	7	2	4	1	–	40	5	74	-221	1452	-47
Республика Тыва	-2	1	0,2	0,0	1	1	0,2	0,2	3	5	8	8
Республика Хакасия	15	73	70	6	–	–	59	82	-50	6	70	87
Алтайский край	-321	1435	2659	3277	2628	3103	235	1755	1126	334	2302	1869
Красноярский край	225	559	1691	1612	490	689	1680	1673	1879	-763	2180	2462
Иркутская область	65	129	74	62	78	170	918	1455	2616	2517	2774	2187
Кемеровская область	109	78	-9	-378	-389	757	234	284	1820	294	-1788	-323
Новосибирская область	70	288	536	483	101	-48	382	1194	4038	3770	3518	2870
Омская область	-277	-57	634	-433	239	-240	652	1475	2549	1622	2290	2376
Томская область	123	88	144	184	233	110	394	1039	1357	1137	2159	3027
Дальневосточный федеральный округ	**101**	**1058**	**1929**	**3550**	**1130**	**521**	**365**	**1036**	**810**	**-172**	**-128**	**-187**
Республика Бурятия	34	47	17	2	18	15	39	35	357	254	236	402
Республика Саха (Якутия)	23	8	-14	0,0	-14	-10	50	130	58	17	-3	-217
Забайкальский край	-14	96	38	-14	82	-18	-36	54	-13	-44	16	6
Камчатский край	28	-10	7	-4	–	–	12	104	273	65	110	86
Приморский край	-13	144	-985	374	-575	-606	210	284	-856	-1128	-647	-343
Хабаровский край	30	-11	7	-82	-20	-90	-51	85	79	-127	-249	-404
Амурская область	-12	609	2336	2555	750	1022	27	249	821	300	-2	288
Магаданская область	–	–	–	–	–	–	-0,2	6	-1	-1	-0,4	-1
Сахалинская область	17	148	437	683	875	371	23	9	-41	314	170	-110
Еврейская автономная область	14	28	86	37	14	39	-0,4	-10	-1	–	-22	-17
Чукотский автономный округ	-6	-1	-0,2	-1	-0,5	-2	92	90	134	178	263	143

[1] По данным бухгалтерской отчетности. Знак (-) означает убыток.
[2] По данным бухгалтерской отчетности. Знак (-) означает убыточность.

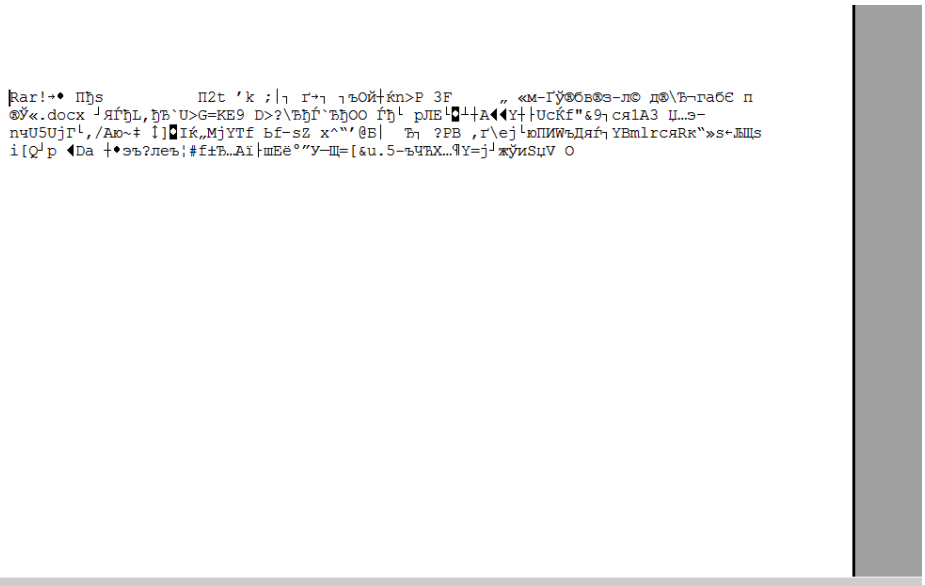
Рис.2. Основные финансовые показатели организаций, осуществляющих деятельность в растениеводстве и животноводстве. Уральский федеральный округ, Сибирский федеральный округ, Дальневосточный федеральный округ. Источник: Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [5].

	Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток) организаций[1], млн руб.											
	растениеводства						животноводства					
	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2005	2010	2015	2016	2017	2018
Приволжский федеральный округ	**283**	**-3613**	**12903**	**13036**	**6131**	**-423**	**3553**	**7028**	**23004**	**7424**	**8883**	**16154**
Республика Башкортостан	464	24	437	1775	258	723	56	985	2008	1253	-3249	-823
Республика Марий Эл	31	27	45	-25	-140	-6	239	387	1408	-3614	-1033	697
Республика Мордовия	69	374	511	581	464	147	298	766	3426	2871	3003	5265
Республика Татарстан	-51	-1234	2673	1974	874	748	-50	936	5880	120	438	1115
Удмуртская Республика	142	-93	177	199	127	195	396	1302	2130	2276	2368	2542
Чувашская Республика	40	40	158	146	179	34	119	24	797	546	592	722
Пермский край	-14	54	61	24	-8	12	472	878	2655	1711	2068	875
Кировская область	-5	14	-114	-37	15	6	577	1169	3400	2848	3350	3129
Нижегородская область	90	-963	278	16	180	-396	874	217	1014	983	1893	1418
Оренбургская область	-218	-150	-50	20	48	42	209	-670	365	-794	-2219	-533
Пензенская область	-86	-686	3629	2428	581	-2555	262	1077	388	-279	1244	1098
Самарская область	-512	-369	2425	2260	1345	1891	164	-485	-743	-327	63	-106
Саратовская область	434	7	2288	3511	2244	-675	148	449	515	428	222	312
Ульяновская область	-101	-658	385	164	-36	-589	-211	-7	-239	-598	143	443
Уральский федеральный округ	**-9**	**-66**	**1300**	**-912**	**1049**	**371**	**2445**	**6093**	**9695**	**7802**	**7873**	**9593**
Курганская область	4	-81	510	103	511	120	-71	18	254	209	140	179
Свердловская область	54	222	251	197	179	72	1037	2137	4229	3790	2522	3588
Тюменская область	207	91	747	160	545	340	528	2501	3324	2210	2504	2280
в том числе:												
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	–	-6	13	-30	-4	-3	-8	-9	1	-15	5	6
Ямало-Ненецкий автономный округ	–	–	–	-6	–	–	-89	87	25	79	62	-10
Тюменская область без автономных округов	–	97	734	196	549	343	625	2423	3298	2146	2437	2284
Челябинская область	-274	-298	-208	-1372	-186	-161	951	1437	1888	1593	2707	3546
Сибирский федеральный округ	**8**	**2601**	**5801**	**4817**	**3282**	**4542**	**4594**	**8962**	**15412**	**8701**	**14965**	**14516**
Республика Алтай	1	7	2	4	1	–	40	5	74	-221	1452	-47
Республика Тыва	-2	1	0,2	0,0	1	1	0,2	0,2	3	5	8	8
Республика Хакасия	15	73	70	6	–	–	59	82	-50	6	70	87
Алтайский край	-321	1435	2659	3277	2628	3103	235	1755	1126	334	2302	1869
Красноярский край	225	559	1691	1612	490	689	1680	1673	1879	-763	2180	2462
Иркутская область	65	129	74	62	78	170	918	1455	2616	2517	2774	2187
Кемеровская область	109	78	-9	-378	-389	757	234	284	1820	294	-1788	-323

Рис.3. Основные финансовые показатели организаций, осуществляющих деятельность в растениеводстве и животноводстве. Приволжский федеральный округ, Уральский федеральный округ, Сибирский федеральный округ. Источник: Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [5].

1. Самый адекватный формат для обработки массивов данных для программ Deductor, STATISTICA, использующихся для построения нейронных сетей, - таблицы Excel. Однако на официальном сайте Федеральной службы государственной статистики [5] многие файлы представлены в формате Word. Поэтому приходится копировать таблицы из текстовых документов.

2. Сводные (выделены жирным шрифтом на рис.1-3, но в дальнейшем анализе не используемые) строки в таблицах помещаются между остальными, поэтому приходится копировать таблицы частями.
3. Отдельные показатели располагаются на разных листах, что не позволяет скопировать таблицу.
4. Ряд данных в таблицах отсутствует (прочерки или пустые места в таблицах), что не позволяет корректно проводить исследования (рис.3).
5. В тексте присутствуют сноски, находящиеся прямо в таблице (рис.2). Они даже не выделены в отдельную ячейку, что сильно затрудняет удаление этих данных, ведь они не используются в процессе обработки массивов данных нейронными сетями.
6. Допущены неточности в содержании данных, а именно – не существует таких субъектов РФ, как Архангельская область без автономного округа (рис.1) и Тюменская область. Однако они присутствуют в таблицах. Поэтому их приходится вырезать при копировании данных.
7. К тому же, некоторые файлы попросту не открываются (отображаются неправильно). Например, есть файл формата .rar, но он не открывается должным образом даже при использовании приложения Excel



(рис.4).

Рис.4. Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации 2019. Источник: Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [5].

Рассмотрим, каким образом можно решить вышеуказанные проблемы.

Рекомендации:

1. Было бы целесообразно представление всех файлов на Официальном сайте Федеральной службы государственной статистики в формат Excel, чтобы исследователям не нужно было копировать данные из текстовых файлов.
2. Необходим перенос сводных строчек, в большинстве случаев не используемые при анализе данных нейронными сетями, в одно место в начале или в конце таблиц.
3. Была бы целесообразна возможность создания возможности для копирования больших таблиц (чтобы они не разносились по разным листам по горизонтали), так как массивы данных, необходимые для работы с нейронными сетями, в большинстве своём крупные.
4. Для корректного проведения анализа данных нейронными сетями необходимо заполнение пустых мест в таблицах.
5. Был бы целесообразен вынос сносок, упомянутых в пункте 5 недостатков, за пределы таблиц.
6. Необходимо устранение неточностей в содержательной части таблиц (исключение или вынесение в отдельные места Архангельской области без автономного округа и Тюменской области) для корректного проведения анализа.
7. Необходимо устранение проблем с открытием файлов и сжатых папок, посредством которых представлены таблицы.

Таким образом, представление исходных данных для интеллектуальных технологий поддержки принятия решений на сегодняшний день неидеально. А ведь именно от него зависит скорость проведения научных экспериментов. Для того, чтобы исследования осуществлялись быстрее и эффективнее, необходимо внести коррективы в формат (желательно, чтобы все данные были представлены в формате Excel),

содержательную часть (так как имеют место неточности в формулировке самих данных, их недостаточность) и оформление массива данных (некоторые элементы, которые находятся в таблицах, зачастую только мешают их обработке).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Указ Президента РФ от 10.10.2019 г. № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» – URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/44731 (дата обращения: 21.11.2020).

2. Перова В.И., Корчемный П.В. Нейросетевое моделирование динамики развития сельского хозяйства Российской Федерации//Экономический анализ: теория и практика. – 2018. – Т. 17, № 2. – С. 379 – 396.

3. Перова В.И., Перова Н.А. Нейросетевое моделирование динамики развития физической культуры и спорта в регионах России как фактора социально-экономического роста страны//Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2018. – Т. 14, № 11. – С. 2064 – 2082.

4. Перова В.И., Мамаева Н.А., Захаренко Е.С. Нейросетевое моделирование динамики развития высшего образования Российской Федерации в контексте формирования человеческого капитала//Экономический анализ: теория и практика. – 2019. – Т. 18, №4. – С. 642-662.

5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики – URL: https://rosstat.gov.ru/ (дата обращения: 21.11.2020).

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ERP СИСТЕМ ДЛЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ, БЮДЖЕТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Шашунов С.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

На сегодняшний день перед множеством предприятий вне зависимости от их отрасли и размера стоит проблема замены/создания ERP системы, которая удовлетворяла бы современным требованиям. Кроме того,

существующие ERP вчерашнего дня соответствуют только функциональному принципу управления. Причинами такой модернизации могут стать недостатки, которые препятствуют эффективному управлению предприятием, например, непрозрачность, дублирование информации, низкая оперативность ее получения, недостаточная достоверность и детализация.

Актуальность проблемы внедрения ERP систем обусловлена тем, что, как и любое серьезное преобразование на предприятии или организации, оно является сложным и трудоемким процессом. В большинстве случаев процесс модернизации может занимать длительное время, например, из-за низкой квалификации сотрудников, однако, некоторые проблемы, которые обычно возникают при внедрении уже изучены и имеют эффективную методику решения, если заранее к ним подготовится, то это значительно облегчит процесс внедрения и повысит эффективность дальнейшего использования систем

Перед внедрением какой-либо ERP-системы организация должна сначала изучить, какой тип, размер и объем системы ей на самом деле требуется, и как выбрать наиболее подходящее решение среди сотен вариантов корпоративного программного обеспечения, доступных на рынке.

Нет однозначного ответа на вопрос, как найти то, что нужно, и есть множество факторов, которые следует учитывать помимо размера, объема и типа, включая цену и конкретные требования к функциональности. Часто для каждой программной системы существуют сотни или тысячи функций и возможностей, которые необходимо учитывать с точки зрения приоритета и полезности.

Многие компании могут считать себя невосприимчивыми к этим проблемам ERP, поскольку они уже решили, что им нужно и чего они хотят от новой системы. Однако нужно быть осторожным, приходя к такому выводу без надлежащей фоновой работы, поскольку выбор новой системы программного обеспечения, особенно такой всеобъемлющей, как система

ERP, является одним из самых сложных и важных решений, которые когда-либо принимает компания. [2]

Выбор ERP следует рассматривать как можно более серьезно, поскольку выбор системы ERP предопределяет стратегию компании как минимум на следующие 6–10 лет и имеет огромное влияние на будущий успех всего бизнеса.

Поскольку объектом исследования являются муниципальные бюджетные организации, то рассматриваться будет процесс и проблемы внедрения ERP систем, применение которых направлено на ведение бизнес процессов в области государственных закупок. Одной из главных таких ERP систем, которой пользуется большинство регионов России, а в частности и Нижегородская область, является «АЦК-госзаказ», предназначение которой, контроль и анализ всего процесса подготовки и размещения закупок: от планирования потребностей и процедур закупок до исполнения контрактов. [5]

Данная система позволяет в режиме реального времени просматривать, анализировать наглядно отображаемую информацию о планировании, формировании, размещении и исполнении закупок и принимать эффективные управленческие решения. [5]

При внедрении системы «АЦК-Госзаказ», как и при внедрении любой другой системы ERP возникает ряд проблем:

- Стоимость проекта. Внедрение данного продукта, как показывает практика, для нижегородской области обходится около 200 миллионов рублей.
- Квалификация работников на местах. В большинстве случаев при внедрении новой CRM в организацию, с которой раньше пользователи не сталкивались, возникает проблема в эксплуатации данной системы и на изучении методик работы проходит длительное время.

- Время внедрения. Как и любые проекты внедрения в государственном секторе, очень много времени тратится на согласование документации и бумажную работу.
- Желания заказчика. У заказчика на этапе обследование объекта собирается информация, анализируется, систематизируется. В процессе внедрения вдруг захотелось что-то поменять, такую доработку также нужно согласовать.
- Любая большая и сложная система очень чувствительна к внесению изменений в неё. Определение оптимального набора функционала, который покроет максимальные потребности клиента. Любая доработка проводится в рамках отдельных дополнительных соглашений, а они уже за отдельную плату, если это не оговорено условиями первоначального контракта, что опять влечет за собой бумажную работу.
- Технические проблемы. Поскольку данная система постоянно совершенствуется и дорабатывается, для ее функционирования должны быть достаточно большие резервы вычислительной техники и высокая квалификация системных инженеров (администраторов).
- Возможность интеграции с другими информационными системами, используемыми в учреждениях, предприятиях. Данный функционал не всегда можно реализовать или можно с большими трудозатратами для разработчиков системы.
- Любые изменения во внешней системе также должны быть отражены во внедряемой системе, в данном случае самый яркий пример это связка АЦК-Госзаказ-ЕИС.

Таким образом, неправильное внедрение ERP систем может привести к отрицательным результатам, которые не соответствуют ожиданиям организации, однако большинство выше приведенных проблем можно устранить.

Во-первых, нужно определиться с выбором CRM системы, исходя из своих ресурсов, поскольку, как говорилось выше, для большинства систем

требуются большие резервы вычислительной техники и высокая квалификация системных инженеров.

Во-вторых, после внедрения необходимо ознакомится с методикой работы в данной системе. Необдуманные действия сотрудников могут привести к ситуациям, на исправление которых может понадобиться время.

Успешное внедрение ERP заключается в том, чтобы с умом потратить деньги на внедрение программ, которые в дальнейшем смогут принести пользу, в заблаговременном определении необходимых критериев, по которому выбирается система и в четком понимании своих желаний. Очень важно, чтобы реализация осуществлялась постепенно. Попытка реализовать все сразу приведет к путанице. В данной отрасли степень затруднений может изменяться, поскольку законодательство меняется постоянно, и система нуждается в систематических доработках и обновлениях. Поэтому для внедрения очень важно привлечь опытную команду специалистов. Это обеспечит плавный процесс внедрения без каких-либо проблем.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Горлицкий А.Ю. Внедрение системы контроллинга предприятия торговли на основе ERP систем [Текст] / Горлицкий А.Ю. // Экономика и управление. 2008 № 4 (36).
2. Артамонова Т.Е., Овсянникова А.В., Воробьева А.В., Попович А.Э. ERP системы. Эффективность и проблематика внедрения ERP систем [Текст] / Артамонова Т.Е., Овсянникова А.В., Воробьева А.В., Попович А.Э. // Естественные и технические науки. 2016. № 4 (94).
3. Федякова Н.Н., Стенькина А.О. Проблемы внедрения ERP систем на предприятиях [Текст] / Федякова Н.Н., Стенькина А.О. // Контентус. 2015. № 12 (41).
4. Кукарцев В.В., Буданаева С.А., Богданова А.А. Проблемы внедрения ERP систем на предприятиях малого и среднего бизнеса [Текст] / Кукарцев В.В., Буданаева С.А., Богданова А.А. // Решетневские чтения. 2011. Т. 2.
1. Министерство Финансов Нижегородской области [Электронный ресурс] // – URL: http://mf.nnov.ru/index.php?option=com_k2&view=itemlist&layout=category&task=category&id=238&Itemid=696

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ МАССИВОВ ДАННЫХ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ ИСКУССТВЕННЫХ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ В ПРОЦЕССЕ РЕШЕНИЯ ПРИКЛАДНЫХ ЗАДАЧ

Шигалев А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В данной статье представлены проблемы и варианты их решения, встречающиеся при подготовке данных для последующей обработки при решении задач с использованием искусственных нейронных сетей (ИНС) и экспертных систем.

Согласно указу Президента РФ от 10.10.19 №490 «О развитии искусственного интеллекта» [1], одним из основных направлений развития информационных технологий до 2030 года следует считать искусственный интеллект. Одним из способов реализации искусственного интеллекта являются нейронные сети.

В качестве примеров применения нейронных сетей для решения прикладных задач можно привести:

- Использование нейронных сетей для оценки стоимости недвижимости [2]. Данная система может найти своё применение в работе эксперта-оценщика недвижимости, в качестве помощника для принятия решений. Эта система может понизить шанс ошибки и приводить эксперта к неочевидным выводам. Данная система поможет при исследовании и прогнозировании ситуации на рынке.
- Использование нейронных сетей для отбора команд для реализации проекта [3]. В данной задаче нейронные сети позволяют спрогнозировать успешность персонала в компании при найме, оценке результативности управленческого персонала и выявления предпочтений агентов.

На основе разобранных статей были выявлены следующие этапы разработки ИНС:

1. Сбор и обработка исходных данных.
2. Предварительный отбор факторов, оказывающих влияние на предмет исследования.
3. Подготовка обучающей выборки для нейронной сети.
4. Определение характеристик нейронной сети.
5. Определение оптимального типа нейронной сети.
6. Определение метода обучения нейронной сети.
7. Обучение набора нейронных сетей.
8. Тестирование нейронной сети.
9. Выбор лучшей нейронной сети.

Как мы можем видеть, одним из основных этапов разработки нейронных сетей является подготовка массива исходных данных. Этот этап является наиболее затратным по времени и человеческим ресурсам. Это связано с тем, что при работе с исходными данными возникает ряд проблем, который приведён ниже:

1. Проблема, связанная с отсутствием части данных в исходном массиве или с невозможностью подтвердить истинность части данных. Эта проблема проистекает из того, что в первоисточнике не все поля являются обязательными для заполнения, либо могут содержать случайно введённые ошибочные значения. Использование такого массива данных приведёт к разработке нейронной сети, возвращающей некорректные результаты, либо к невозможности обучения нейронной сети [4].
2. Достаточно большой объем исходных данных для получения лучшего результата тоже не является хорошим решением, поскольку это приводит к проблеме появления ложной корреляции. Ложная корреляция может привести к неправильным выводам о тесноте связи некоторых показателей, что, в свою очередь, приведёт к недостоверным результатам при обучении нейронной сети.
3. Зачастую при сборе данных появляются объекты, имеющие большое отклонение от среднего. Это ухудшает точность выводов.

4. После сбора исходных данных может оказаться, что большая часть факторов являются качественными, что делает трудной их обработку. Например, неупорядоченные категории такие, как «Страна», «Характеристика с прошлого места работы», «Благоустройство дворовой территории»; бинарные признаки такие, как «пол», «Наличие судимостей», «Лифт в здании»; упорядоченные категории такие, как «Уровень образования», «Водительские права», «Ранг жилья». Это затрудняет, либо делает обработку полностью невозможной для нейронной сети.

5. В ряде некоторых задач используется географический фактор, в смысле удалённости объекта от другого объекта, при кодировании которого используются множество качественных и/или количественных характеристик. Например, расстояние от объекта недвижимости до остановки общественного транспорта можно определить количественным расстоянием, но часто определяют «близко/далеко». Такое разночтение значений переменной приводит к невозможности его использования для обучения сети.

6. При работе с массивами данных, содержащими ячейку «Адрес», необходимо учитывать, что этот фактор может содержать сведения как о регионе, так и о городе, улице или номере дома, квартире, которые могут являться отдельными переменными. Например: г. Нижний Новгород, Нижегородский район, ул. Большая Покровская, дом 60. Проблема состоит в необходимости разделении этих переменных.

7. При получении информации с помощью различных источников или различных специалистов существует вероятность появления различных записей одних и тех же данных. Например, категорию «ФИО» можно написать как полную форму («Фамилия Имя Отчество») и как сокращённую («Фамилия И.О.»), но это будет одно и тоже Ф.И.О. В результате этой проблемы входная переменная может приобретать новые значения, которые отличаются от предыдущих, но семантически являются теми же самыми.

Все представленные проблемы так или иначе влияют на эффективность процесса обучения нейронной сети. Большинство из них можно решить с использованием программных средств. В связи с этим среди проанализированных работ были выделены способы решения части этих проблем и предложены варианты решения других, которые приведены ниже:

1. Отсутствие многих значений и невозможность получения их достоверных значений должны служить поводом для исключения значений или категорий из выборки.
2. Проверять корреляцию переменных после формирования набора исходных данных на предмет ложного взаимовлияния. Проще всего проводить данную проверку в среде Microsoft Office Excel при помощи «Анализа данных».
3. Удаление значений, содержащих выброс. Как один из вариантов решения данной проблемы следует определить медиану набора данных, вычислить нижний и верхний квартили, затем определить межквартильный диапазон и определить внутренние и внешние границы набора данных. Это позволит определить незначительные и значительные выбросы соответственно. Данные задачи для небольших выборок легко решаются при помощи программы Excel. ПО содержит функцию «=Квартиль()», что позволит достаточно быстро провести данные вычисления. Другим вариантом нахождения границ набор данных может быть использование диаграммы рассеивания[6]. После чего следует использовать функцию «=Если()» или создать в окне «Создание правил форматирования ячеек» новое «правило», что позволит быстро проанализировать данные на предмет значений выходящих за полученные границы.
4. Преобразовать упорядоченные категориальные факторы в количественные с помощью бальной шкалы. Например, значения категории «Уровень образования» «Высшее аспирантура», «Высшее ординатура», «Высшее магистры», «Высшее бакалавры», «Среднее профессиональное», «Среднее», «Начальное», «Отсутствует» следует преобразовать в числовые

значения «7», «6», «5», «4», «3», «2», «1», «0» соответственно. Данное решение в среде Excel можно реализовать при помощи автоматической замены.

Стандартизация неупорядоченных категорий путем кодирования с помощью чисел или букв. Так, например, для указания значения категории страны, можно использовать кодировку единого российского классификаторы ОКСМ (Общероссийский классификатор стран мира). Это поможет частично избежать человеческого фактора, а именно ошибок, связанных с грамматикой и неправильным написанием. Другой вариант решения – это кодирование своим собственным способом.

Когда категории являются бинарными, например, «пол» - «мужской» или «женский», можно использовать кодирования «1» или «0». Данная задача решается в Excel с помощью таблицы замен.

5. Для решения проблемы необходимо ранжировать значения неупорядоченных качественных факторов. Например, тип недвижимости можно свести к рангам «A», «B», «C», что означает «бизнес», «комфорт», «эконом» или переводить качественные значения переменных в числовые значения [5].

6. При необходимости разделения значения категории на несколько независимых переменных, можно использовать «фиксированные точки». Например, в категории «Адрес» встречаются «фиксированные точки» - «г.», «ул.», «д.» и/или их вариации. Используя программные средства и «фиксированные точки», мы можем разделить категорию «Адрес». Эта задача может быть решена при помощи написания простого макроса в Excel, осуществляющего построчный поиск по фиксированным точкам в ячейках, с последующем переносом в другие ячейки для разбиения.

7. Для случаев, когда одно и то же значение переменной можно записать разными способами, следует использовать набор терминов, в котором будут указаны наиболее часто встречающиеся варианты этого значения, а после заменить их на единое выбранное значение. Это актуально для массива

данных, описывающего товары, где существует большая вариация написания характеристик. Например, характеристика лампы «Мощность», может быть записана как «70W», «70w», «70ват», «W70», «семьдесят ватт», поэтому следует ещё на этапе сбора значений создавать «словарь», который позволит привести различные варианты одной характеристики к единой записи. Данная задача решается программными средствами с использованием созданного «словаря» и элемента Excel «таблица значений».

Использование предложенных подходов и описанного инструментария для решения сформулированных проблем позволит эффективнее подготовить массив исходных данных для обучения нейронной сети. Данные решения легко автоматизировать при помощи программных средств, что позволяет сэкономить трудозатраты в процессе создания нейронной сети.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. О развитии искусственного интеллекта в РФ (вместе с «Национальной стратегией развития искусственного интеллекта на период до 2030 года»): Указ Президента РФ от 10.10.2019 г., № 490// КонсультантПлюс [Электронный ресурс] //URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_335184 (дата обращения: 20.11.20).

2. Арефьева Е.А., Костяев Д.С. Использование нейронных сетей для оценки рыночной стоимости недвижимости // Известия тульского государственного университета. технические науки. 2017. №10. с.177-185.

3. Азарнова Т.В., Степин В.В., Щепина И.Н. Повышение эффективности методов управления развитие персонала на основе нейросетевых моделей и нечетких экспертных технологий // Вестник ВГУ Сер: Экономика и управление. 2014. № 3. С. 121-130.

4. Борусяк К.К., Мунерман И.В., Чижов С.С. Нейросетевое моделирование в задаче массовой оценки нежилой недвижимости// Экономическая наука современной России. 2009. №4(47). с.86-98.

5. Ясницкий Л.Н., Ясницкий В.Л. Разработка и применение комплексных нейросетевых моделей массовой оценки и прогнозирования стоимости жилых объектов на примере рынков недвижимости Екатеринбурга и Перми // Имущественные отношения в российской федерации 2017. №3(186). с.68-84

6. Трифонов Ю.В., Сочков А.Л. Применение искусственных нейронных сетей для оценки жилой недвижимости двух различных регионов // Экономика и предпринимательство. 2020. №9(122). с.1274-1279.

Секция 11. ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ В СОВРЕМЕННОМ ЦИФРОВОМ ОБЩЕСТВЕ

МОДЕЛИРОВАНИЕ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ

Карявкин Н.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Криминогенная ситуация, складывающаяся в России в последние годы продолжает оставаться достаточно сложной. В большинстве это связано с различными социальными, экономическими и политическими преобразованиями в России. К примеру, снижение уровня жизни, рост инфляции, расслоение общества по уровню доходов и другие негативные явления. При этом, несмотря на спад общего количества преступлений в экономической сфере, профессионализм и техническая оснащенность повышается . Исследования в этой сфере позволят исследовать тенденции и изменения структуры преступлений экономической сферы, а так же выявить новые методы и приемы предупреждения и пресечения преступности в этой сфере.

Для анализа влияния различных экономических и неэкономических факторов на уровень экономических преступлений мы взяли данные о количестве экономических преступлений, коэффициенте безработицы, прожиточном минимуме и количестве сотрудников МВД в РФ за период с 2003 по 2020 года. Данные были взяты нами с официального сайта Министерства Внутренних Дел Российской федерации и сайта Федеральной службы государственной статистики. Источники: // Аналитические материалы // URL:http://crimestat.ru/analytics URL:https://showdata.gks.ru/report/275322

Таблица 1

Данные, используемые для построения модели экономических преступлений

Год	Экономические преступления (Y)	Уровень безработицы	Минимальный прожиточный минимум	Количество сотрудников МВД
2003	376791	7,8	2121	571200
2004	595669	2,6	2399	571200
2005	661772	7,1	3018	661300
2006	515177	2,3	3696	661300
2007	485983	2,1	4005	661300
2008	448832	2	4630	661200
2009	428792	6,4	5198	661200
2010	276435	8,6	4780	661200
2011	202454	6,6	6792	907600
2012	114397	5,2	7263	907600
2013	141229	5,6	7429	907500
2014	107797	5,3	8834	914500
2015	112445	5,8	9662	835800
2016	108754	5,2	10524	872970
2017	105087	5,6	11163	872970
2018	109463	4,6	10573	894871
2019	104927	4,4	11185	894871
2020	96124	5,7	11731	894871

В нашем случае количество экономических преступлений будет являться зависимой переменной. Следовательно, уровень безработицы, минимальный прожиточный минимум, количество сотрудников МВД – независимыми переменными.

С целью выявления связи зависимой переменной со всеми факторами построим матрицу коэффициентов парных корреляций (или корреляционной матрицей). Корреляционной матрицей называют матрицу, элемент которой равен коэффициенту корреляции двух случайных величин. Очевидно, что диагональные элементы равны 1.

Матрицей коэффициентов парных корреляций Rx (или корреляционной матрицей) называют матрицу, I, j элемент которой равен коэффициенту корреляции двух случайных величин Xi, Xj Очевидно, что диагональные элементы равны 1.

Коэффициент корреляции рассчитывается как

$$\rho_{xy} = \frac{\overline{xy} - \bar{x} * \bar{y}}{S_x * S_y}, \quad s_X = \sqrt{\overline{x^2} - (\bar{x})^2}. \qquad (1)$$

и показывает степень зависимости между признаками.

Построим матрицу коэффициентов парной корреляции для исходных данных в Excel и самостоятельно дополним пустые ячейки:

Таблица 2

Матрица коэффициентов парной корреляции

	Y	X1	X2	X3
Y	1	-0,270	-0,8845	-0,886
X1	-0,2702	1	0,0796	0,123
X2	-0,885	0,0797	1	0,877
X3	-0,886	0,122834171	0,876881714	1

Анализ матрицы коэффициентов парной корреляции начнем с первого столбца матрицы, в котором расположены коэффициенты корреляции, отражающие тесноту связи зависимой переменной y с включенными в анализ факторами.

Анализ показывает, что зависимая переменная имеет среднюю отрицательную связь со всеми факторами (X1, X2, X3)

Проведем вычисление коэффициентов регрессии.

Вычисление коэффициентов уравнения регрессии происходит с помощью метода наименьших квадратов. Введем функционал, который характеризует отклонение значений ŷi, предсказанных линейной регрессией при x1 = xi1, …, xk = xik (вектор Xb) от заданных значений yi (вектор y).

$$F(b) = \sum_{i=1}^{n} (y_i - \hat{y}_i)^2 = \sum_{i=1}^{n} e_i^2 = (y - Xb)^T (y - Xb) = e^T e, \tag{2}$$

Вектор невязок e имеет n проекций ei = yi - ŷi. Согласно методу наименьших квадратов, в качестве решения системы принимается вектор коэффициентов b, доставляющий минимум функционалу F(b). Необходимые и достаточные условия минимума этого функционала определяются матричным тождеством:

$$\frac{\partial F}{\partial b} = 2X^T Xb - 2X^T y = 0, \tag{3}$$

из которого получаем систему нормальных уравнений

$$X^T Xb = X^T y. \tag{4}$$

Таблица 3

Регрессионый анализ уровня экономических преступлений

	Коэффициенты	*Стандартная ошибка*	*t-статистика*	*P-Значение*
Константа	**1082298,63**	171710,723	6,303034609	1,94542E-05
Уровень безработицы	**-18394,71391**	10216,01192	-1,800576786	0,093345479
Прожиточный минимум	**-29,05154359**	12,15021615	-2,39103101	0,031403548
Количество сотрудников МВД	**-0,652861812**	0,305874301	-2,134412108	0,050974215

Уравнение регрессии имеет вид:

Y= 1082298,6 - 18394,7*X -29,05*X2 -0,65*X3 (5)

Уравнение показывает, что при увеличении только уровня безработицы на 1 единицу количество экономических преступлений уменьшается в среднем на 1834,7. (что не совсем логично)

При увеличении прожиточного минимума на 1 единицу - уменьшается на 29,05.

При увеличении занятых сотрудников органов МВД на 1 единицу – уменьшается на 0,65.

Далее определим качество модели. Для оценки качества модели множественной регрессии вычисляют коэффициент детерминации и коэффициент множественной корреляции. (R^2 и Множественный R)

Чем ближе к 1 значение этих характеристик, тем выше качество модели.

Таблица 4

Параметры качества модели уровня экономических преступлений

Множественный R	**0,93**
R-квадрат	**0,87**
Нормированный R-квадрат	0,84
Стандартная ошибка	79862,62
Наблюдения	18

Модель объясняет зависимую переменную на 87%

Далее проанализируем зависимость одного фактора на другой. Для этого необходимо вычислить коэффициент корреляции.

Коэффициент корреляции варьируется в диапазоне от +1 до -1. При наличии положительной корреляции увеличение одного показателя способствует увеличению второго. При отрицательной корреляции увеличение одного показателя влечет за собой уменьшение другого. Чем больше модуль коэффициента корреляции, тем заметнее изменение одного показателя отражается на изменении второго. При коэффициенте равном 0 зависимость между ними отсутствует полностью.

Коэффициент корреляции может варьироваться от +1 до -1. При наличии положительной корреляции увеличение одного показателя способствует увеличению второго. При отрицательной корреляции увеличение одного показателя влечет за собой уменьшение другого. Чем больше модуль коэффициента корреляции, тем заметнее влияние. При коэффициенте равном 0 зависимость между ними отсутствует полностью.

Нами получены следующие значения коэффициентов парной корреляции:

- 0,079683921 – данный коэффициент говорит о слабой положительной связи в нашей модели между уровнем безработицы и прожиточным минимум.

- 0,122834171 – данный коэффициент говорит о средней (12%) связи между уровнем безработицы и количеством сотрудников МВД. Что так же не совсем логично, ведь данный коэффициент говорит, что при увеличении уровня безработицы немного увеличивается и количество сотрудников органов МВД.
- 0,876881714 - Данный коэффициент говорит о сильной связи в нашей модели между прожиточным минимум и количеством сотрудников МВД.

Одним из условий классической линейной модели является предположение о том, что ранг матрицы X равен числу неизвестных коэффициентов модели, т.е. матрица X – матрица полного ранга.

У такой матрицы все столбцы линейно независимы. При нарушении этого условия (т.е. когда один из столбцов матрицы X есть линейная комбинация остальных столбцов) матрица X является вырожденной и, как следствие, вырожденной является матрица XtX . Тогда обратная матрица (XtX)^-1 не существует, и в этом случае говорят о функциональной мультиколлинеарности. Однако гораздо чаще приходится сталкиваться с ситуацией, когда матрица X имеет полный ранг (т.е. матрица (XtX^-1) существует), но хотя бы между двумя объясняющими переменными существует тесная корреляционная связь

Мультиколлинеарность указывает на наличие высокой коррелированности между регрессорами.

Определим мультиколлинеарность в модели с помощью теста Фаррара-Глоубера в Excel:

Найдем определитель матрицы по формуле МОПРЕД – 0,226806375

Определим также фактическое значение для теста Фаррара-Глоубера при количестве наблюдений 18 и количестве регрессоров 3. Фактическое значение составило 22,502

Вычисленное табличное значение по формуле ХИ2ОБР - 7,814727764

Исходя из того, что фактическое значение превышает табличное, мы можем сделать вывод, что в нашей модели возможно наблюдается мультиколлинеарность.

Данные из Gretl указывают на то, что между отдельно взятыми регрессорами мультиколлинеарности нет, а значит можно сделать вывод, что наша модель имеет более объективный вид.

Итоговые результаты моделирования:

- Анализ показывает, что зависимая переменная имеет среднюю отрицательную связь со всеми факторами (X1, X2, X3)

-Уравнение показывает, что при увеличении только уровня безработицы на 1 единицу количество экономических преступлений уменьшается в среднем на 1834,7.

- R^2 = 0,87 – Модель объясняет зависимую переменную на 87%

Обнаружена сильная связь в нашей модели между прожиточным минимум и количеством сотрудников МВД.

Таким образом, между отдельно взятыми регрессорами мультиколлинеарности нет, а значит можно сделать вывод, что наша модель имеет более менее объективный вид.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Министерство внутренних дел Российской Федерации // Архивные данные по состоянию преступности // URL: https://мвд.рф/folder/101762

2. Генеральная прокуратура Российской Федерации портал правовой статистики // Аналитические материалы // URL: http://crimestat.ru/analytics

3. Витрина статистических данных//занятость и безработица// https://showdata.gks.ru/finder/

МОДЕЛИРОВАНИЕ ЭМИГРАЦИИ ТРУДОВОЙ СИЛЫ

Мазурова Т. Д

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Многие молодые люди мечтают уехать за границу в надежде найти там приятную жизнь и стать профессионалами своего дела. Пожилые россияне, недовольные политикой и правовой безопасностью страны, не отстают от них.

По статистике американских ученых, каждый пятый россиянин мечтает стать жителем другой страны. Конечно, есть много причин, по которым потенциальные иммигранты считают, что за границей они окажутся в гораздо лучшем положении.

В число таких причин стоит отнести следующие:

1. Состояние рынка труда.

Данный фактор очень важен в любом государстве и на него приходится значительная доля при выборе нового места жительства гражданами. Каждый человек старается найти нравящуюся ему и хорошо оплачиваемую.

2. Политическая ситуация.

В случае стабильной политической ситуации миграция из страны уменьшается, т.к. в стране происходит выполнение основных обязательств со стороны государства перед население.

3. Образование.

Молодежь, при выборе профессии выбирает также уровень вуза и его рейтинг. В случае, если государство не способно дать достойного уровня образования, то возникает спрос на международные вузы и как следствие возникают процессы эмиграции.

4. Здравоохранение.

Население России прекрасно понимает, что лучше не ходить в простую поликлинику или бесплатную больницу с серьезными заболеваниями. А во многих отдаленных регионах страны, у жителей и в 21 веке все еще обходятся без услуг скорой помощи и оборудованных медицинских учреждений.

5. Технологии.

Уровень технологических разработок и использования новейших научных разработок позволяет определить конкурентоспособность страны.

6. Семейные ценности.

Семьи распадаются, не выдержав трудностей быта. Поддержка от государства минимальная, демографическая ситуация стремительно ухудшается.

7. Безопасность.

Уровень безопасности жителей страны во многом предопределяет уровень защиты. Чем безопаснее жители страны себя чувствуют внутри страны, тем меньше у них желание покинуть родную страну.

8. Коррупция.

Данный пункт предполагает развитие нормативно-правовой базы в государстве и уровень защищенности населения со стороны государства.

9. Социальная защита.

Данная причина предполагает уровень обеспеченности населения пенсиями и своевременность их выплат в их пользу.

Все эти причины увеличивают эмиграционные настроения общества и побуждают граждан покидать страну. Прежде всего, люди хотят чувствовать

себя в безопасности, видеть вокруг себя улыбающиеся лица и знать, что их защищает закон. Поэтому российская статистика показывает с каждым годом растущий отток людей из страны.

По данным данных государственной статистики, 2019 год ознаменовался очередным всплеском эмиграционной волны. Но если до 2018 года данные говорили о том, что, в основной массе, из страны уезжают лица, недовольные политическим режимом, считающие беженство единственным способом обезопасить себя от преследования властей, то с 2019 года в число выехавших за рубеж мигрантов все чаще входят учителя, инженеры, ученые, а также работающая молодежь до 24 лет.

Таблица 1

Структура выбывших из России по странам

Страна	Выбыло из России, человек	Доля, %
Франция	314	0,07%
Канада	432	0,10%
Италия	444	0,10%
Финляндия	505	0,11%
Израиль	1014	0,23%
Латвия	1024	0,23%
Турция	1093	0,25%
США	1390	0,32%
Марокко	1949	0,44%
Вьетнам	3297	0,75%
Германия	5209	1,18%
Индия	5217	1,18%
КНДР	6038	1,37%
Китай	7544	1,71%
Украина	122951	27,89%

Другие страны мира, в т.ч. СНГ	158421	35,94%
Итого	440831	100,00%

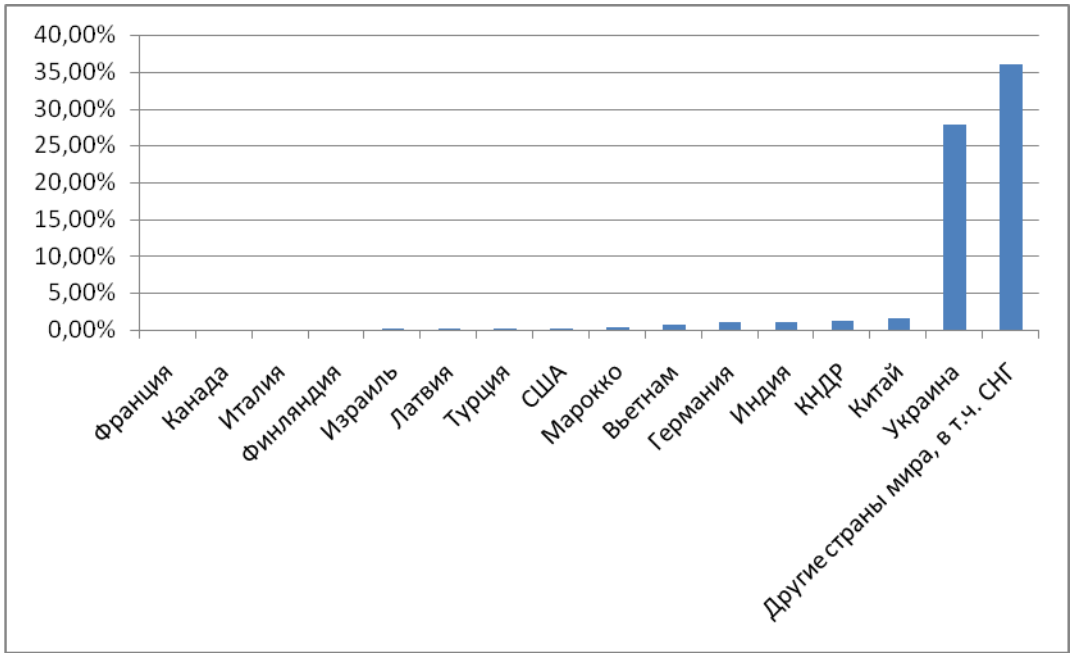


Рисунок 1. Структура выбывших из России по странам

По приведенным данных таблицы 1 видно, что основная доля эмигрантов приходится на Украину. Количество выехавших составило 122591 человека или 27,89%. На втором месте находится Китай. Количество эмигрантов в данную страну составило 7544 или 1,71%. Минимальное количество в основные рассматриваемые страны составило 314 человек во Францию или 0,07%. В тоже время количество эмигрантов в Канаду составило 432 человека или 0,10%.

По данным этой и других таблиц, которые сделали коллеги по проекту (таблица 2 и таблица 3) можно вычислить % увеличения (снижения) реальных доходов населения и количество выбывших граждан за 2005-2019 гг., а также уравнение регрессии.

Таблица 4

Процент увеличения (снижения) реальных доходов населения и количество выбывших граждан за 2005-2019 гг.

Год	% увеличения (снижения) реальных доходов населения	Уровень безработцы	Граждан выбыло из России, тысяч человек
2005	10,50%	7,80%	106,7
2006	12,40%	7,20%	94
2007	13,50%	7,20%	79,8
2008	13,10%	6,10%	69,8
2009	2,40%	6,30%	54
2010	3,00%	8,40%	47
2011	5,90%	7,90%	40
2012	0,50%	7,80%	32,4
2013	4,60%	7,50%	33
2014	4,00%	6,50%	36,8
2015	-0,70%	5,50%	122,8
2016	-3,20%	5,50%	186,4
2017	-5,60%	5,20%	310,5
2018	-1,30%	5,60%	353,2
2019	-0,20%	5,50%	313,2
Среднее значение	3,93%	6,67%	125,31

Уравнение регрессии в стандартизированном виде будет иметь следующий вид:

$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \ldots + b_mx_m + e$

где,

a – оценка свободного члена уравнения регрессии

$b_к$ – оценки коэффициентов регрессии при переменных $x_к$;

e – отклонения фактических значений зависимой переменной от расчетных.

Вычисление параметров уравнения чистой регрессии

На основании расчетных данных Excel приведем расчетные значениякоэффициентов(таблица 2):

Показатель	Значение
Y-пересечение	556,416
X_1	-433,43
X_2	-6211,34

При этом уравнение регрессии примет вид:

$$y = 556,42 – 433,43x_1 – 6211,34x_2$$

Вычислим индекс множественной линейной корреляции и проверим его на значимость

Коэффициент детерминации = 0,748

Расчетное значение $F_{факт}$ = 7,63

Табличное значение при уровне значимости α = 0,05 и степенях свободы 4

$F_{табл}$ = 6,94

Выводы:

- ¤ Большинство людей хотят эмигрировать из России, чаще всего люди уезжают в страны СНГ и Украину. Это вызвано желанием людей реализоваться в качестве специалистов, получая за это гораздо более высокие зарплаты, чем предлагаемые на родине.
- ¤ В связи с огромной инфляцией россияне в реальном выражении продолжают беднеть.
- ¤ Средний процент реальных доходов населения увеличился за 2005-2019 гг. составил 3,92%. Хоть люди и стали зарабатывать больше на

4%, однако на изменения темпов миграции это значительно не повлияло.

- ¤ На основе приведенных данных видно, что есть тесная взаимосвязь между уровнем безработицы, реальных доходов населения и эмиграцией.
- ¤ Снижение доходов населения (видно по данным) способствует повышению эмиграции, и в тоже время происходит снижение уровня безработицы по той причине, что численность активного населения снизилась.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. В.А Ионцев, С.В.Рязанцев, С.В.Ионцева Новые тенденции и формы эмиграции из России 2016 DOI:10.17059/20016-2-15
2. http://investorschool.ru/realnye-doxody-naseleniya-rossii...amika-s-2000-po-2017
3. Ю.В.Мухачев Российская эмиграция: численность, расселение 2013
4. http://torin-kr.livejournal.com/899880.html

МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ С ЭКОНОМИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТЬЮ НАСЕЛЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯМИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

Маланичев А.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность проблемы уровня экономических преступлений обусловлена возросшим уровнем преступлений данного формата а так же их особой опасности для общества. Для моделирования данной взаимосвязи были взяты следующие показатели

Показатели, используемые в модели

Количество зарегистрированных экономических преступлений в отчетном периоде	Y (зависимая переменная)
Индекс промышленного производства	X1
Количество вновь созданных организаций за период	X2
Число занятых в организации добывающей промышленности	X3
Число занятых в организации обрабатывающей промышленности	X4
Численность занятых в организации по производству и распределению электроэнергии, воды и газа	X5
ИПЦ	X6
Оборот организаций за период без субъектов малого предпринимательства и финансово-кредитных организаций	X7

Был взят временной ряд с января 2014 по декабрь 2016. Далее, с помощью программы Gretl, были исключены показатели, имеющие наименьшее влияние на уровень экономических преступлений.

Таблица 2

Существенные переменные модели

Индекс промышленного производства	X1
Количество вновь созданных организаций за период	X2

Число занятых в организации обрабатывающей промышленности	X4
Численность занятых в организации по производству и распределению электроэнергии, воды и газа	X5
ИПЦ	X6
Оборот организаций за период без субъектов малого предпринимательства и финансово-кредитных организаций	X7

Предполагается, что зависимую переменную (уровень экономических преступлений) и независимые (ИПП,ИПЦ, число занятых в организациях обрабатывающей промышленности, отвечающих за распределение и производства электроэнергии, воды, газа а так же оборот организаций) связывает **линейное регрессионное уравнение, приведенное ниже**:

$$y(x) = -602025 - 900.102x_1 - 1.58527x_2 + 9413.1x_4 + 1949.47x_5 + 4212.81x_6 + 1.06226e^{-05}x_7$$

Оно показывает, что при увеличении ИПП на 1% при неизменных оставшихся показателях уровень экономических преступлений уменьшается в среднем на 900.102. При увеличении количества вновь созданных организаций на 1 единицу при неизменных оставшихся показателях уровень экономических преступлений уменьшается на 1.58527. При увеличении числа занятых в организациях на 1% в обрабатывающей промышленности и в сфере производства и распределения электроэнергии, газа и воды уровень экономических преступлений увеличивается на 9413.1и 1949.47 соответственно. При увеличении ИПЦ на 1% уровень экономических преступлений возрастает на 4212.81. При увеличении оборота организаций на 1 тысячу рублей количество экономических преступлений возрастает на $1.0622e^{-05}$.

В качестве эффективных оценок адекватности уравнения регрессии исходным данным рассматривается коэффициент детерминации R^2. Коэффициент детерминации (R^2) показывает, какая доля дисперсии зависимой переменной объясняется регрессионным уравнением. Для множественной регрессии коэффициент детерминации R^2 (или *множественный коэффициент детерминации*) определяется по формуле,(2) [6] :

$$R^2 = 1 - \frac{Q_e}{Q} = 1 - \frac{(y - Xb)^T (y - Xb)}{(y - \bar{y})^T (y - \bar{y})} = 1 - \frac{\sum_{i=1}^{n} (y_i - \hat{y}_i)^2}{\sum_{i=1}^{n} (y_i - \bar{y})^2} \quad , \qquad (2)$$

где $\bar{y}$ – вектор размерности n, составленный из средних значений $\bar{y} = \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} y_i$, формулы для Q и Q_eсм ниже. R^2*характеризует долю вариации зависимой переменной, обусловленной изменением объясняющих переменных*x_1, x_2,…,x_k. Следовательно, чем ближе R^2 к единице, тем лучше регрессия соответствует исходным данным. $\boldsymbol{R^2 = 0.857958}$

То есть такая величина коэффициента детерминации означает, что вариация зависимой переменной на 85% объясняется изменением независимых величин модели. Остальные 15% могут быть объяснены влиянием факторов, неучтенных в модели.

С помощью теста Рамсея было установлено, что линейная зависимость является правильной для данной модели (р-значение = P(F(2,27) >2,36562) = 0.113067),т.е. значима на 5% уровне значимости

Определяем значимость уравнения по Р-значению (значению вероятности). Значимость F = 4.93e^{-11}< 0.113067, то есть с вероятностью 95% уравнение считается значимым.

Чтобы проанализировать зависимость одного фактора от другого, необходимо вычислить коэффициент корреляции.

Коэффициент корреляции варьируется в диапазоне от +1 до -1. При наличии положительной корреляции есть прямая зависимость. При отрицательной корреляции есть обратная зависимость. Чем больше модуль коэффициента корреляции, тем заметнее изменение одного показателя отражается на изменении второго. При коэффициенте равном 0 зависимость отсутствует полностью.

В данном случаемы можем увидеть умеренную корреляцию между уровнем экономических преступлений и ИПП (0,5547) и числом занятых в организации по производству и распределению света, газа и воды (0,5612).

С целью проверить есть ли мультиколлинеарность в нашей модели, проведем тест методом инфляционных факторов. Тест показал, что мультиколлинеарность в модели отсутствует

Для устранения недостатков статистики Дарбина-Уотсона Бриш (Breusch) и Годфри (Godfrey) разработали общий тест для обнаружения автокорреляции, который может применяться для высоких порядков авторегрессии случайных отклонений. Проведенный тест показал отсутствие автокорреляции в модели

Проверим нашу модель на предпосылки метода наименьших квадратов, а именно проведем тест на гетероскедастичность. Тест Бриша-Пэгана (Breusch-Pagan) показал, что гетероскедастичность отсутствует

Проведем тест Чоу, для оценки структурной стабильности тенденции изучаемого временного ряда. Для этого необходимо разбить временной ряд на два отрезка.

Проведенный тест Чоусвидетельствует, что структурные изменения в данных, отсутствуют.

Результаты тестирования модели:

1. Вариация зависимой переменной на 85% объясняется представленными факторами.

2. Тест Рамсея показал, что спецификация адекватна, зависимость линейная

3. Уравнение регрессии считается значимым, мультиколлинеарность отсутствует, автокорреляция отсутствует.

4. Гетероскедастичность отсутствует.

5. Тест Чоу показал, что временной интервал не имеет точки разрыва.

6. Имеются умеренные зависимости между уровнем экономических преступлений, ИПП и числом занятых в организациях производящих и распределяющих электроэнергию, газ и воду.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Генеральная прокуратура Российской Федерации портал правовой статистики // Аналитические материалы // URL:http://crimestat.ru/analytics

2. Витрина статистических данных // Индекс промышленного производства (оперативные данные) //URL:https://showdata.gks.ru/report/278534

3. Витрина статистических данных // Численность занятых в организации (2009-2016 гг.) //URL:https://showdata.gks.ru/report/275322

4. Витрина статистических данных // Индексы потребительских цен на товары и услуги//URL:https://showdata.gks.ru/report/277326

5. Витрина статистических данных // Оборот организации (2005-2016 гг.,без субъектов малого предпринимательства, банков, страховых и прочих финансово-кредитных организаций)//URL:https://showdata.gks.ru/report/275360

МОДЕЛИРОВАНИЕ ТЕМПА ИНФЛЯЦИИ В США

Малинина А.А

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность исследования проблематики инфляционных процессов обусловлена наличием ряда негативных последствий в обществе и экономике в целом. Инфляция является одной из самых серьезных проблем

современного экономического развития во многих странах мира. Именно она препятствует долгосрочным инвестициям и экономическому росту, обесценивает результаты труда, уничтожает сбережения физических и юридических лиц.

В настоящее время уровень инфляции – один из важнейших показателей стабильного экономического развития страны. Рост или снижение уровня инфляции оказывают влияние на принятие решений о дальнейшем социально-экономическом развитии страны на макро- и микроуровнях. В современном мире существует не так много макроэкономических проблем, которые мы можем со всеми основаниями назвать глобальными. Инфляция - одна из них. Она существовала со времен экономического развития человечества, но целиком проявилась сравнительно недавно, поразив сразу экономики всех стран: развитых и развивающихся.

Для моделирования инфляции взяты данные (табл1) о ключевой ставке США (x1) и наличной денежной массе в обращении (x2), которые оказывают непосредственно влияние на темп инфляции (y) в США за период с 2010 года по 2019 год.

Зависимой переменной является темп инфляции, независимыми ключевая ставка и наличная денежная масса в обращении.

Таблица 1

Числовые данные, необходимые для построения регрессионной модели.

№	У(Темп)	Х1(Ключевая ставка)	Х2(Наличная денежная масса в обращении)
2010	1,5	0,25	12768,868
2011	2,96	0,25	13622,257
2012	1,74	0,25	14289,978
2013	1,5	0,25	14933,186

2014	0,76	0,25	15706,487
2015	0,73	0,5	16200,148
2016	2,07	0,75	16823,761
2017	2,11	1,25	17631,631
2018	1,97	2,25	18342,259
2019	2,98	2	19881,267

Коэффициент детерминации(R^2) определяет долю дисперсии(разброса), чем ближе он к 1, тем теснее линейная связь.

В полученной модели коэффициент детерминации равен примерно 0,25, это говорит о том, что выбранные данные на 25% объясняют изменение темпа инфляции, остальные 75% могут быть объяснены неучтенными в модели факторами. В целом, чем выше коэффициент детерминации, тем более значимыми являются независимые переменные для зависимой переменной.

Оценим качество уравнения регрессии с помощью ошибки абсолютной аппроксимации. Средняя ошибка аппроксимации - среднее отклонение расчетных значений от фактических.

Средняя ошибка аппроксимации(A)=(1/10)*361,6037074 =36,16% Значение средней ошибки аппроксимации является высоким, это говорит о том, что модель подобрана не совсем удачно. Для наилучшего качества модели, фактические значения должны меньше отличаться от теоритических.Нормой считается средняя ошибка аппроксимации до 15%.

Проверим значимость построенной модели. Получаем следующее уравнение регрессии:Y^=3,6877+0,8477X1+(-0,00016*X2)

Выстраиваем нулевую гипотезу: Переменная X1 (ключевая ставка) не оказывает значимого влияния на переменную Y (темп инфляции),Теперь следует проверить данную гипотезу, для этого найдем значения tкр и tрасч, в данной модели количество наблюдений равно 10, а количество

коэффициентов с учетом коэффициента без переменной равно 3, значит степень свободы будет равна n-k=10-3=7

Из таблицы t-критерия Стьюдента найдем критическое значение t.

При уровне значимости (0,1) = 1,895При уровне значимости(0,05) =2,365При уровне значимости (0,01) = 3,499

Найдем tрасч=коэффициент при X1/стандартную ошибку=0,8477/0,6762=1,25

Ткр>Трасч независимо от уровня значимости.Н0 принимается, то есть ключевая ставка не оказывает значимого влияния на темп инфляции.

Проверка значимости наличной денежной массы в обращении. Нулевая гипотеза: Переменная X2 (наличная масса в обращении) не оказывает значимого влияния на переменную Y (темп инфляции).

Из таблицы t-критерия Стьюдента найдем критическое значение t.

При уровне значимости (0,1) = 1,895При уровне значимости(0,05) =2,365При уровне значимости (0,01) = 3,499

Найдем tрасч=коэффициент при X2/стандартную ошибку=-0,00016/0,0003=-0,533Нулевая гипотеза принимается, то есть наличное денежная масса в обращении не оказывает значимого влияния на темп инфляции.

Fтаб=4,74по таблице значений F-критерия Фишера при уровне значимости=0,05Fрасч=(0,251188/(1-0,251188))*((10-2-1)/2)=1,006

Fрасч>Fтаб, Н0 не принимается, построенная модель является статистически значимой.

Уравнение регрессии всегда дополняется показателем тесноты связи. При использовании линейной регрессии в качестве такого показателя выступает линейный коэффициент корреляции.

Таблица 4

Расчет коэффициентов парной корреляции

	У(Темп)	X1(Ключевая ставка)	X2(Наличная денежная массы в обращении)
У(Темп)	1		
X1(Ключевая ставка)	0,450412912	1	
X2(Наличная денежная массы в обращении)	0,288226738	0,875625774	1

Таким образом, существует умеренная связь между ключевой ставкой и темпом, между наличной денежной массой в обращении и темпом.

Один из более распространенных методов определения автокорреляции в остатках – это расчет критерия Дарбина-Уотсона.

Таблица 5-

Данные для расчета критерия Дарбина-Уотсона.

	y	^y	E=y-^y	e^2	et-e(t-1)	(et-e(t-1))^2
Итого:	18,32	18,32		3,995		8,697

DW=8,69733236/3,995478=2,1768

По таблице распределений Дарбина-Уотсона для n=10 и m=2 (уровень значимости 5%) находим: d(L)=0,7; d(U)=1,64

Для точного анализа сосчитаем:

4-d (L) =3,34-d (U) =2,36

D(u)<DW<4-d(U); 1,64<DW<2,36 нет оснований отклонять H0,т е автокорреляция остатков отсутствует.

Для устранения недостатков статистики Дарбина-Уотсона Бреуш и Годфри разработали общий тест для обнаружения автокорреляции, который может применяться для высоких порядков авторегрессии случайных отклонений.

Сформулируем H0: Автокорреляция остатков регрессии отсутствует.

Расчетное значение nR2=0,09743*10=0,9743

Расчетное значение меньше критического, по этой причине делаем вывод, что автокорреляции в остатках нет.

Проведем тест Чоу, для оценки структурной стабильности тенденции изучаемого временного ряда. Для этого необходимо разбить временной ряд на два равныхпромежутка. В результате приходим к выводу о наличии структурных изменений во временном ряду.

Одним из самых популярных тестов, позволяющих выявлять ошибки спецификации, связанные с пропуском существенных переменных, является тест Тест Рамсея, который показал, что спецификация модели является верной, не нужно включать дополнительные неучтенные факторы вмодель.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1.Макроэкономичкское моделирование инфляции Логвиненко Е.В. Полякова М.Е. Национальная Ассоциация Ученых. 2015. №21(7). С. 143-146.

2.global-finances.ru

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА МОДЕЛИ УРОВНЯ БЛАГОСОСТОЯНИЯ НАСЕЛЕНИЯ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Мищенко В.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Благосостояние — обеспеченность населениягосударства, социальной группы или класса, семьи, отдельной личности материальными, финансовыми, социальными и духовными благами. Благосостояние находится в прямой зависимости от уровня развития производительных сил и характера экономических отношений.

В данной работе благосостояние населения было оценено по ключевой группе показателей:

- экономические показатели;

Оценка уровня благосостояния по экономическим показателям предполагает построение модели зависимости среднедушевых денежных доходов в месяц от таких факторов, как:

- X_1 – величина прожиточного минимума, руб.;
- X_2 – среднемесячная номинальная заработная плата, руб.;
- X_3 – средний размер назначенных пенсий, руб.;
- X_4 – ВРП на душу населения, руб.

Основу для построения модели составляют следующие статистические данные:

Стоимостные показатели уровня благосостояния населения Нижнего Новгорода в период с 2012 по 2019 год

Таблица 1

Исходные данные, используемые для построения модели

Год	Y, руб.	X1, руб.	X2, руб.	X3, руб.	X4, руб.
2012	24178,80	7812,20	22147,90	10459,40	319422,00
2013	24838,00	8231,00	22687,30	10546,90	331944,10
2014	25583,50	8412,30	23511,50	10879,80	343850,00
2015	26468,00	8832,70	24695,30	11284,00	359212,50

2016	27572,20	9291,00	26434,70	11664,00	379726,90
2017	29851,20	9601,00	27467,50	11969,00	395429,30
2018	31855,10	9919,00	29156,50	12265,40	412506,70
2019	33030,40	10259,00	31680,30	12494,30	413460,70

На основе данных таблицы построим следующую модель множественной регрессии, используя пакет «Анализ данных» MS Excel.

$$\hat{Y} = 19036{,}528 - 4{,}028X_1 + 1{,}284X_2 - 3{,}824X_3 + 0{,}151X_4 \quad (1)$$

Из уравнения можно заключить, что:

1) существует обратная зависимость между среднедушевыми доходами населения, прожиточным минимумом и средним размером назначенных пенсий;

2) существует прямая зависимость между среднедушевыми доходами населения, среднемесячной номинальной заработной и ВРП на душу населения.

Говоря о качестве модели, можно отметить, что модель обладает хорошей объясняющей способностью, о чём свидетельствует высокий коэффициент детерминации – 0,992. Так как R^2 стремится к единице, то уравнение регрессии хорошо аппроксимирует эмпирические данные и использование регрессионной модели теоретически обосновано.

Коэффициент детерминации R^2=0,992, что свидетельствует о том, что изменение зависимой переменной Y (среднедушевых денежных доходов населения) в основном (на 99,2 %) можно объяснить совместным влиянием включенных в модель объясняющих переменных: X_1 – прожиточный минимум, X_2 – среднемесячная номинальная заработная плата, X_3 – средний размер назначенных пенсий, X_4 – ВРП на душу населения. Скорректированный коэффициент детерминации R^2_{adj} = 0,98. В отличие от

R^2, скорректированный коэффициент детерминации R^2_{adj} может уменьшаться при введении в модель новых объясняющих переменных, не оказывающих существенного влияния на зависимую переменную. Следовательно, для оценки адекватности модели множественной регрессии предпочтительнее использовать R^2_{adj}. Этот показатель имеет высокое значение (0,98) и незначительно отличается от R^2, что говорит о том, что модель обладает хорошей объясняющей способностью.

Одновременно с этим, проверяя значимость модели по критерию Фишера, можно сказать, что модель статистически значима на уровне значимости 5 %, т.к. $F_{\text{табл.}} = 9{,}12$, что существенно меньше полученного фактического значения: $F_{\text{набл.}} = 90{,}25$.

Говоря о значимости отдельных коэффициентов регрессии, можно сказать, что три из них статистически незначимы, поскольку $t_{набл.}$ для анализируемой модели составляет 3,18 при уровне значимости 5%. Коэффициент для X_2 оказывается статистически значимым.

Далее проверим модель на наличие мультиколлинеарности с помощью расчёта парных показателей корреляции для каждой пары факторов

Результаты проверки представлены в следующей таблице:

Таблица 2

Матрица папарных корреляция между переменными в модели

	Y	*X1*	*X2*	*X3*	*X4*
Y	1				
X1	0,976	1			
X2	0,98	0,98	1		
X3	0,97	0,99	0,978	1	
X4	0,97	0,993	0,967	0,99	1

Из таблицы видно, что между собой коррелируют все рассматриваемые факторы, в связи с чем необходимо отобрать факторы, которые оказывают наиболее существенное влияние на Y. С этой целью будем постепенно исключать из модели факторы с наибольшим значением парного коэффициента корреляции $\rho_{X_i X_j}$.

Из данной таблицы видно, что наибольший парный коэффициент корреляции у переменных X_1 и X_3. Исключим из модели фактор X_3.

Получим новую модель:

$\hat{Y} = 3685{,}851 - 4{,}05X_1 + 1{,}048X_2 + 0{,}09X_4$(2)

Рассмотрим таблицу парных показателей корреляции. Из таблицы видно, что между собой коррелируют все оставшиеся факторы.

Полученное уравнение имеет вид:

$\hat{Y} = 146{,}78 + 0{,}715X_2 + 0{,}025X_4$(3)

Теперь проверим значимость уравнения в целом (адекватность построенной модели линейной регрессии наблюдаемым реальным данным), для этого сформулируем гипотезу $H_0 : R^2 = 0$. В данном случае $F_{\text{набл.}} = 129{,}5$, а $F_{табл.} = F(0{,}05; 2; 5) = 5{,}78$. Так как $F_{набл.} > F_{табл.}$, то нулевая гипотеза отвергается, т.е. линейная модель значима.

Проверим значимость коэффициентов уравнения регрессии. Коэффициент при X_2 значим, так как $t_{набл.}$=2,98, что больше $t_{табл.}$=2,57. Коэффициент при X_4 незначим, так как $t_{набл.}$=1,13, что меньше $t_{табл.}$=2,57. Его наличие среди объясняющих переменных не оправдано со статистической точки зрения. Поэтому после установления того факта, что коэффициент незначим, рекомендуется исключить из уравнения регрессии переменную X_4.

Рассмотрим парную модель зависимости Y от X_2. Корреляционное поле представлено на рис.1

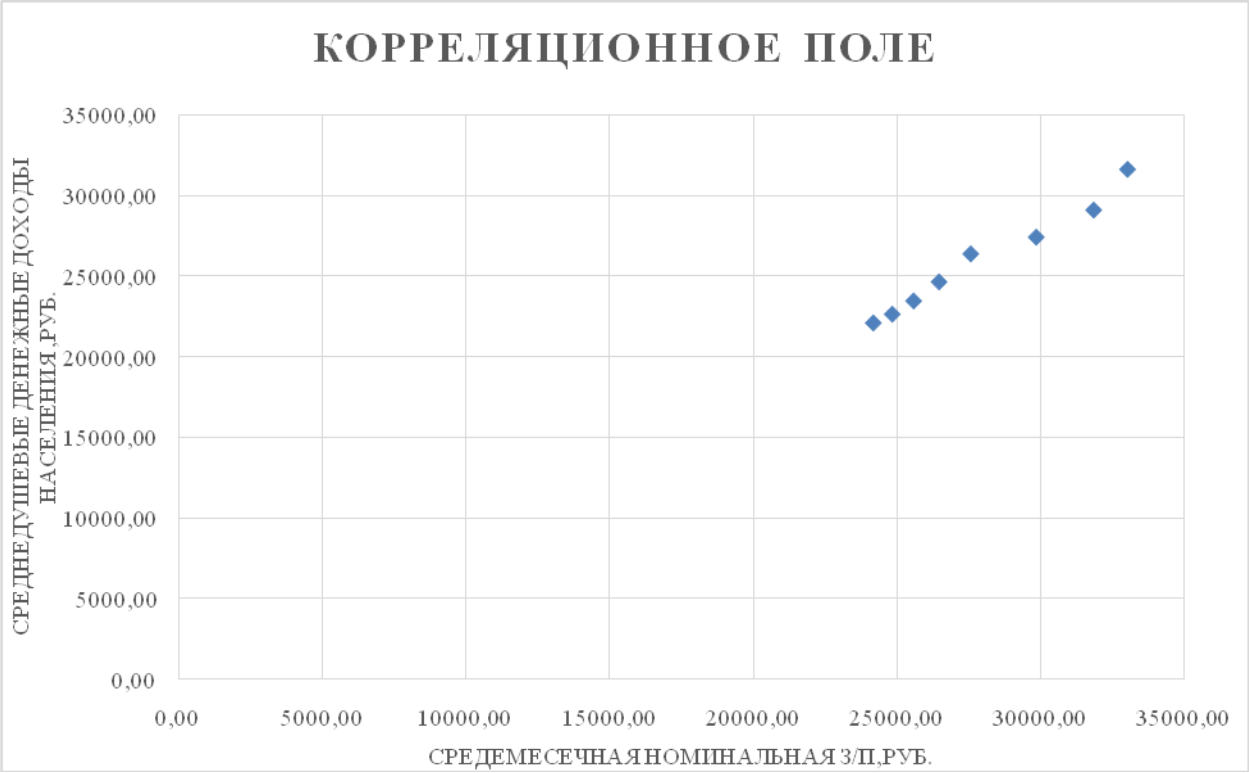


Рис.1 Корреляционное поле для X_2

По виду корреляционного поля (рис. 1) можно сделать предположение о линейной зависимости среднедушевых денежных доходов населения от среднемесячной номинальной заработной платы. Проверим гипотезу об их линейной зависимости, для этого оценим тесноту связи. Вычислим средние значения по формулам $\bar{y} = \frac{\sum y_i}{n}$, $\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n}$ и приведем данные, необходимые для дальнейших вычислений, в следующей таблице:

$X_{ср.} = 25972{,}63 \quad X^2_{ср} = 674\,577\,509$

$Y_{ср.} = 27922{,}15 Y^2_{ср.} = 779\,646\,461$

Таблица 4

Таблица расчеты коэффициента корреляции

X-Xcp	Y-Ycp	(X-Xcp)*(Y-Ycp)	X^2	Y^2	(X-Xcp)^2
-	-	1431728	49052947	58461436	146285

3824,73	3743,35	4,33	4,41	9,44	21,33
-3285,33	-3084,15	10132435,1	514713581,29	616926244,00	1079336 0,36
-2461,13	-2338,65	5755709,981	552790632,25	654515472,25	6057136,27
-1277,33	-1454,15	1857422,149	609857842,09	700555024,00	1631559,16
462,08	-349,95	-161703,1463	698793364,09	760226212,84	213513,31
1494,88	1929,05	2883688,619	754463556,25	891094141,44	2234651,27
3183,88	3932,95	12522021,18	850101492,25	1014747396,01	1013706 0,02
5707,68	5108,25	29156230,82	1003641408,09	1091007324,16	3257755 3,91
0,00	0,00	76463089,03	547489135 0,72	631368618 4,14	7827335 5,60

Получим значения для показателей, характеризующих тесноту связи.

Вследствие того, коэффициент парной корреляции между зависимой переменной и регрессором X_2 составляет 0,988, то мы принимаем гипотезу о линейной зависимости между X_2 и Y, и связь между ними – весьма высокая.

Так как R^2=0,976216 , то связь между переменными достаточно сильная и использование линейной регрессионной модели обосновано.

В результате получена модель парной регрессии:

$$\hat{Y} = 2550,2 + 0,97X_2 \quad (4)$$

Интерпретируем уравнение регрессии: так как β = 0,97, то можно сделать вывод о том, что при увеличении среднемесячной номинальной

заработной платы на 1 руб. среднедушевые денежные доходы населения увеличатся на 0,97 руб.

Одновременно с этим, проверяя значимость модели по критерию Фишера, можно сказать, что модель статистически значима на уровне значимости 0,05, так как $F_{табл.}$ = 5,99, что существенно меньше полученного фактического значения: $F_{набл.}$=246

Говоря о значимости коэффициентов регрессии, можно сказать, что коэффициент β статистически значим, поскольку для анализируемой модели $t_{табл.}$=2,4469 при уровне значимости 5 %, а $t_{набл.}$=15,69.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Кабашова, Е.В. Статистические методы в исследовании факторов благосостояния населения. Конкурентоспособность в глобальном мире: Экономика, Наука, Технологии-2017-№1-3(28)- С.63-65
2. Нафикова ,Г.Р. Анализ текущего благосостояния населения и прогноз динамики доходов населения в Российской Федерации. Экономика и социум-2017-№1-2(32)-С. 208-214
3. Петров, А.А. Проблемы благосостояния населения России. Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт -2017-№10 –С. 7-14
4. Петров , Р. Показатели, характеризующие уровень благосостояния населения. Социальная политика и социальное партнерство-2016-№3 –С. 38-45
5. Бунакова ,Д.С. Уровень и качества жизни, как благосостояние населения. ПОСТУЛАТ-№3(17).
6. https://rosstat.gov.ru

МОДЕЛИРОВАНИЕ УРОВНЯ ИНФЛЯЦИИ В СТРАНЕ ЗА 2020 ГОД

Новиков Н.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность темы исследования заключается в том, что вопрос об уровне инфляции постоянно стоит остро, так как является сложным социально-экономическим явлением, которое требует постоянного наблюдения. Главной задачей в настоящий момент, является удержания уровня инфляции в России.

Основной моей целью было построить качественную модель и выявить факторы, которые в достаточной степени оказывают влияние на уровень инфляции. Передо мной стояла задача провести ряд тестов в Gretl, проанализировать полученные результаты и составить вывод по получившейся модели.

Для моделирования уровня инфляции в стране изначально были взяты показатели,представленные в таблице 1:

Уровень инфляции (в качестве зависимой переменной), цена на нефть (в USD), курс доллара, безработица,производственные индексы для высокотехнологичной производственной экономической деятельности, денежный агрегат M2 и средняя номинальная заработная плата в РФ по месяцам 2020 года.

Таблица 1

Статистические данные

Месяц	rateofinflation %	oilprice USD	dollar rate	unemployment %	Production indices for high-tech manufacturing economic activities	M2	averagewage
янв.20	0,40	64,65	61,78	4,7	111,80	51660,30	46674,00
фев.20	0,33	55,94	63,88	4,6	128,30	50622,90	47257,00

мар.20	0,55	31,40	73,32	4,7	100,60	51314,20	50948,00
апр.20	0,83	28,10	75,23	5,8	92,60	52327,00	49306,00
май.20	0,27	32,36	72,68	6,1	104,30	52951,70	50747,00
июн.20	0,22	40,80	69,22	6,2	93,80	53068,00	52123,00
июл.20	0,35	43,11	71,29	6,3	122,30	54392,60	50145,00
авг.20	-0,04	45,02	73,80	6,4	128,10	54687,40	47649,00
сен.20	-0,07	41,92	75,66	6,3	101,20	55294,20	49259,00

Далее, с помощью программы Gretl, я отсеял показатели имеющие наименьшее влияние на уровень инфляции. Остались: цена на нефть, курс доллара и средняя номинальная заработная плата. Была составлена модель, представленная в таблице 2:

Таблица 2

Регрессионная модель уровня инфляции

	Коэффициент	*Ст. ошибка*	*t-статистика*	*P-значение*	
const	13,7046	2,54417	5,387	0,0030	***
oilpriceUSD	−0,0499252	0,00871385	−5,729	0,0023	***
dollarrate	−0,0873693	0,0129520	−6,746	0,0011	***
averagewage	−0,000102954	3,67855e-05	−2,799	0,0380	**

Предполагается, что зависимую переменную (уровень инфляции) и независимые (цена на нефть, курс доллара и средняя заработная плата) связывает **линейное регрессионное уравнение**:

$$\hat{y}(x) = 13.7046 - 0.0499252\, x_1 - 0.0873693\, x_2 - 0.000102954 x_3. \quad (1)$$

Оно показывает, что при увеличении только цены на нефть X_1 (при неизменных X_2 и X_3) на 1 единицу уровень инфляции Y уменьшается в среднем на 0.0499252 %, при увеличении только курса доллара X_2 (при неизменных X_1 и X_3) на 1 единицу – в среднем уменьшается на 0.0873693 %,

а при увеличении средней номинальной заработной платы X_3 (при неизменных X_1 и X_2) на 1 единицу – в среднем уменьшается на 0.000102954 %.

В качестве эффективных оценок адекватности уравнения регрессии исходным данным рассматривается коэффициент детерминации R^2. Коэффициент детерминации (R^2) показывает, какая доля дисперсии зависимой переменной объясняется регрессионным уравнением. Для множественной регрессии коэффициент детерминации R^2 (или *множественный коэффициент детерминации*) определяется по формуле

$$R^2 = 1 - \frac{Q_e}{Q} = 1 - \frac{(y - Xb)^T (y - Xb)}{(y - \bar{y})^T (y - \bar{y})} = 1 - \frac{\sum_{i=1}^{n} (y_i - \hat{y}_i)^2}{\sum_{i=1}^{n} (y_i - \bar{y})^2},$$

(2)

где $\bar{y}$ – вектор размерности n, составленный из средних значений $\bar{y} = \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} y_i$, формулы для Q и Q_eсм ниже. R^2*характеризует долю вариации зависимой переменной, обусловленной изменением объясняющих переменных*x_1, x_2,…,x_k. Следовательно, чем ближе R^2 к единице, тем лучше регрессия соответствует исходным данным.

R^2 = 0.695803(значение из таблицы 2) Такая величина коэффициента детерминации означает, что вариация зависимой переменной на 70% объясняется изменением независимых величин модели. Остальные 30% могут быть объяснены влиянием факторов, неучтенных в модели.

Проведем тест Рамсея (таблица 3):

Таблица 3

Тест Рамсея

	Коэффициент	Стандартная ошибка	t-статистика	P-значение

const	14,6757	21,3944	0,686	0,542
oilpriceUSD	−0,0533312	0,078305	−0,6811	0,5447
dollarrate	−0,117273	0,123543	−0,9492	0,4125
averagewage	−7,34753e-05	0,000189839	−0,3870	0,7246
yhat^2	−5,68868	5,78283	−0,9837	0,3978
yhat^3	9,0132	7,13529	1,263	0,2958
Тестовая статистика	F = 0,894812,			
p-значение	P(F(2,3) > 0,894812) = 0,496			

С помощью теста Рамсея было установлено, что линейная зависимость является правильной для данной модели (p-значение = P(F(2,3) > 0.894812) = 0.496),т.е. значима на 5% уровне значимости.

Определяем значимость уравнения по P-значению (F) = 0,005500 (значение из таблицы 2). Значимость F = 0.0055< 0.05, то есть с вероятностью 95% уравнение считается значимым.

Чтобы проанализировать зависимость одного фактора от другого, необходимо вычислить коэффициент корреляции.

Коэффициент корреляции варьируется в диапазоне от +1 до -1. При наличии положительной корреляции увеличение одного показателя способствует увеличению второго. При отрицательной корреляции увеличение одного показателя влечет за собой уменьшение другого. Чем больше модуль коэффициента корреляции, тем заметнее изменение одного показателя отражается на изменении второго. При коэффициенте равном 0 зависимость между ними отсутствует полностью.

Коэффициенты корреляции представлены в таблице 4

Таблица 4

Корреляционная матрица

rateofinflation	oilpriceUSD	dollarrate	averagewage	
1	-0,3046	-0,0779	0,1061	rateofinflation
	1	-0,8511	-0,7292	oilpriceUSD
		1	0,4885	dollarrate
			1	averagewage

Из таблицы 4, на примере связи стоимости нефти и курса доллара в нашей модели имеем:

коэффициент корреляции -0.8511 говорит об очень тесной отрицательной связи между стоимость нефти и курсом доллара, это значит, что при увеличении стоимости нефти курс доллара будет снижаться.

Мультиколлинеарность модели множественной регрессии – наличие высокой взаимной коррелированности между объясняющими переменными.

Чтобы проверить есть ли мультиколлинеарность в нашей модели, мы проведем тест в Gretl (таблица 5):

Таблица 5

Тест на наличие мультиколлинеарности

Метод инфляционных факторов Минимальное возможное значение = 1.0 Значения > 10.0 могут указывать на наличие мультиколлинеарности	
oilpriceUSD	6,825
dollarrate	4,197

averagewage	2,47
VIF(j) = 1/(1 - R(j)^2), где R(j) - это коэффициент множественной корреляции между переменной j и другими независимыми переменными.	

Мы видим, что мультиколлинеарность отсутствует, т.к. значения коэффициентов всех переменных ниже 10.

Для устранения недостатков статистики Дарбина-Уотсона Бриш (Breusch) и Годфри (Godfrey) разработали общий тест для обнаружения автокорреляции, который может применяться для высоких порядков авторегрессии случайных отклонений. Результаты тестирования в таблице 6:

Таблица 6

Тест Бриша-Годфри (Breusch-Godfrey) на автокорреляцию

	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение
const	6,01789	3,01578	1,995	0,1841
oilpriceUSD	−0,0143991	0,00917119	−1,570	0,257
dollarrate	−0,0154231	0,0164947	−0,9350	0,4485
averagewage	−8,71096e-05	3,59E-05	−2,424	0,1362
uhat_1	−1,47147	0,562811	−2,615	0,1204
uhat_2	0,547578	0,449606	−2,216	0,157
uhat_3	−0,199334	0,582521	−0,3422	0,7648
Неисправленный R-квадрат = 0,943284				
Тестовая статистика: LMF = 11,087806,				
p-значение = P(F(3,2) > 11,0878) = 0,0839				
Альтернативная статистика: TR^2 = 8,489556,				
p-значение = P(Хи-квадрат(3) > 8,48956) = 0,0369				

Ljung-Box Q' = 11,9708,
p-значение = P(Хи-квадрат(3) > 11,9708) = 0,00748

LM тест на наличие автокорреляции до порядка 3 –

Нулевая гипотеза: автокорреляция отсутствует

Тестовая статистика: LMF = 11,0878

p-значение = P(F(3, 2) > 11,0878) = 0,0838561

Нулевая гипотеза подтверждается, автокорреляция отсутствует.

Проверим нашу модель на предпосылки метода наименьших квадратов, а именно проведем тест нагетероскедастичность (таблица 7):

Таблица 7

Тест Бриша-Пэгана (Breusch-Pagan) на гетероскедастичность

Показатели	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение
const	27,0696	24,9439	1,085	0,3274
oilpriceUSD	−0,0942295	0,0811193	−1,162	0,2978
dollarrate	−0,123898	0,152464	−0,8126	0,4534
averagewage	−0,000269310	0,000311955	−0,8633	0,4274
Объясненная сумма квадратов = 1,52939				
Тестовая статистика: LM = 0,764697,				
p-значение = P(Хи-квадрат(3) > 0,764697) = 0,857891				

По p-значению мы видим, что нулевая гипотеза принимается, значит гетероскедастичность в модели отсутствует.

Проведем тест Чоу, для оценки структурной стабильности тенденции изучаемого временного ряда. Для этого необходимо разбить временной ряд на два отрезка (таблица 8):

Таблица 8

Тест Чоу

Расширенная регрессия для теста Чоу МНК, использованы наблюдения 2020:01-2020:09 (T = 9) Зависимая переменная: rateofinflation				
	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение
const	30,3589	13,6552	2,223	0,2691
oilpriceUSD	−0,128160	0,0674071	−1,901	0,3083
dollarrate	−0,00219553	0,00126734	−1,732	0,3333
averagewage	−25,9767	14,3893	−1,805	0,322
splitdum	0,152504	0,0835696	1,825	0,3191
sd_oilpriceUSD	0,00199205	0,00126978	1,569	0,3613
sd_dollarrate	−0,222789	0,250061	−0,8909	0,5367
sd_averagewage	5,18E-05	0,000205039	0,2524	0,8426
Среднее зав. перемен 0,315556	Ст. откл. зав. перемен 0,277133			
Сумма кв. остатков 0,043256	Ст. ошибка модели 0,207980			
R-квадрат 0,929600	Испр. R-квадрат 0,436796			
F(7, 1) 1,886350	P-значение (F) 0,509813			
Тест Чоу для структурных изменений в точке 2020:05 Хи-квадрат(4) = 3,32095 p-значение 0,5056 F-статистика: F(4, 1) = 0,830238 p-значение 0,6659				

Тест Чоу говорит, что нет структурных изменений в данных, что подтверждает, что в середине рассматриваемого временного интервала ряд не имеет точку разрыва.

Результаты тестирования модели:

Вариация зависимой переменной почти на 70% объясняется представленными факторами.Тест Рамсея показал, что спецификация адекватна, зависимость линейная. Уравнение регрессии считается значимым.Была показана зависимость между факторами на примере связи стоимости нефти и курса доллара.Мультиколлинеарность и автокорреляция отсутствуют.Гетероскедастичность отсутствует, значит наблюдения однородны.Тест Чоу показал, что временной интервал не имеет точки разрыва. Всё это говорит о качестве рассматриваемой модели.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1.Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации – URL: https://www.cbr.ru/ (дата обращения 27.11.2020)

2.Сайт Федеральной службы государственной статистики – URL: https://rosstat.gov.ru/(дата обращения 27.11.2020)

3.https://xn----ctbjnaatncev9av3a8f8b.xn--p1ai/ (дата обращения 27.11.2020)

4.http://www.finmarket.ru/news/5359582 (дата обращения 27.11.2020)

5. Пачин Максим Александрович Моделирование уровня инфляции Российской Федерации // Символ науки. 2015. №12-1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/modelirovanie-urovnya-inflyatsii-rossiyskoy-federatsii (дата обращения: 27.11.2020).

АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ МЕЖДУ СРЕДНЕЙ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТОЙ ПО НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ И ВРП РЕГИОНА

Обидина М.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Данная тема актуальна для рассмотрения по причине предстоящего нового года, а так же определенными экономико-политическими изменениями в нашей стране, в связи с появлением Covid-19, Коронавируса. Тема заработной платы интересна для меня, так как я являюсь потенциальным получателем, и в настоящее время работником. Для анализа данных работа проведена в кросс-платформенном программном пакете для эконометрического анализа, GRETL.

Во-первых, определим, что влияет на заработную плату. К числовым факторам можно стоимость рабочей силы, производительность отдельного работника, численность населения, МРОТ, ВРП, а так же степень налогообложения. К нечисловым факторам, экономическим, отнесем разную привлекательность рабочего места, конъюктуру рынка труда и тип рынка. Демографические признаки: пол, возраст, раса, квалификация труда работника.

Для анализа влияния разных факторов на заработную плату были выбраны числовые факторы. y- средняя заработная плата в Нижегородской области, руб. x1- валовый региональный продукт в Нижегородской области, тыс. руб. x2- население Нижегородской области, тыс. чел. x3- минимальная оплата труда в Нижегородской области, руб.. Данный временной промежуток, с 1998 по 2018 взят из-за статистически неудобной ситуации, связанной с Короновирусом, появившемся в 2019 году. Нижняя граница- 1998, взята из-за деноминации рубля.

Все данные взяты из источников: «РосСтат», «НижСтат», Федеральный закон «О минимальном размере оплаты труда».

Таблица 1

Данные для построения модели

Год	**y**	**x1**	**x2**	**x3**
1998	1051	47410	3674	83,29
1999	1523	72132	3655	83,29
2000	2223	105056	3628	132,00
2001	3240	149323	3594	200,00
2002	4360	170827	3524	450,00
2003	5499	206926	3516	600,00
2004	6740	241230	3479	720,00
2005	8555	299724	3445	800,00
2006	10634	376180	3411	1100,00
2007	13593	473307	3381	2300,00
2008	17290	588791	3359	2300,00
2009	18638	547223	3340	4330,00
2010	20952	652806	3311	4330,00
2011	23369	770774	3308	4330,00
2012	26629	842196	3297	4611,00
2013	29792	925182	3289	5205,00
2014	32495	1009460	3282	5554,00
2015	34030	1104643	3270	5965,00
2016	36709	1160782	3260	6204,00
2017	39167	1261939	3247	7800,00
2018	43724	1367544	3235	11163,00

Зависимой переменной является средняя заработная плата в Нижегородской области

Корреляционный анализ - это метод, позволяющий определять тесноту связи между факторами и результирующим показателем.

Таблица 2

Корреляционный анализ

y	**x1**	**x2**	**x3**	
1,0000	0,9988	-0,9209	0,9693	**y**

Таким образом, получаем уравнение $y = 0{,}9988x1 - 0{,}9209x2 + 0{,}9693x3$

Исходя из знаков коэффициентов, можно сказать, что зависимость между средней заработной платой, валовым региональным продуктом в Нижегородской области и минимальной платой труда в Нижегородской областипрямопропорциональная, а между средней заработной платой и населением Нижегородской области обратнопропорциональная.К тому же, зависимость между показателем y и каждой переменной высокая.

Для определения стационарности данных применяется тест единичного корня, расширенный тест Дикки-Фуллера для каждой из представленных переменных. Сравним значения тестовой статистики τ(1) с табличными значениями ADF-статистики 5%

Таблица 3

Тест единичного корня

Значения тестовой статистики τ(1)	**y (тест с константой и трендом)**	**x1 (тест без константы)**	**x2 (тест без константы)**	**x3 (тест без константы)**
	-6,92129	6,94027	2,54732	4,09372

Таблица 4

ADF-статистика

Асимптотические критические значения ADF-статистики		
Модели	Уровень значимости 5%	Уровень значимости 1%
Без свободного члена, тренд отсутствует	-1,94	-2,56
Со свободным членом и трендом	-3,41	-3,96

Как видно из вычислений, значения тестовой статистики τ(1) для каждой из переменных больше по модулю значений табличнойADF-статистики 5%, из чего можно сделать вывод о стационарности данных.

Метод наименьших квадратов- наиболее распространенный метод оценки параметров линейного уравнения регрессии.

Чтобы избавиться от вероятности гетероскедастичности учитываем робастные стандартные ошибки

Для оценки параметров сравним показатели R^2, p-значение, t-статистика, и статистика Дарбина-Вотсона. Благодаря данному анализу мы сможем судить о качестве модели. Дополнительные тесты (Тест Вайта, автокорреляция до первого порядка и нормальность остатков) помогут дополнить сведения о значимости модели

Таблица 5

Метод наименьших квадратов

Показатель	Значение
R^2	0,998248
P-значение (F)	3,95e-24
Стат. Дарбина-Вотсона	1,537116

Таблица 6

Критические значения

Критические значения	
$R^2 \to 1$. Чем ближе R^2 к единице, тем лучше регрессия соответствует исходным, реальным, данным.	$0{,}998248 \to 1$
p-значение (F)<α (0,05), значение вероятности, говорит о стозначимости	$3{,}95e^{-24} < 0{,}05$
Статистика Дарбина-Вотсона≈ 2±0,5. Показывает наличие автокорреляции	$1{,}537116 \approx 2 \pm 0{,}5$

Таблица 7

Тесты единичного корня

Тест	**Результат**
Тест Вайта (White) на гетероскедастичность	Нулевая гипотеза: гетероскедастичность отсутствует
Тест на нормальное распределение ошибок	Нулевая гипотеза: ошибки распределены по нормальному закону
LM тест на наличие автокорреляции до порядка 1	Нулевая гипотеза: автокорреляция отсутствует

Исходя из данных, можно считать уравнение значимым.

Нормальность распределения остатков характеризует оценку случайного члена уравнения регрессии. В целом, нормальность остатков говорит о

качественности модели в целом. Для качественной оценки теста необходимо, чтобы выполнялось неравенство: Хи-квадрат наблюдаемое < Хи-квадрат критическое

Таблица 8

Нормальность остатков

Значения Хи-квадрат	
Критическое	Наблюдаемое
5,99146	2,673
$2{,}673 < 5{,}99146$	

Проведя тесты, можно сделать вывод о том, что модель является качественной, и на ее основе можно строить дальнейшие вычисления и прогнозы. Соответственно, практически можно убедиться о влиянии ВРП, численности населения и минимального размера оплаты труда на среднюю заработную плату.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Научно-информационный журнал «Экономические науки», В.А. Мещеров, М.
2. Доугерти К. Введение в эконометрику: Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 402 с.
3. Научная статья «Оплата труда, как часть функции управления персоналом», Вишнякова М.В.
4. Научный журнал «Прикладная эконометрика», Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», 2012
5. Научно-информационный журнал «Российский экономический журнал», АНО «Академия менеджмента и бизнес-администрирования», 1958

ВЛИЯНИЕ ФОНДОВЫХ ИНДЕКСОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕНЫ АКЦИЙ

Овчинникова Д.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Финансовый рынок является важным источником финансирования субъектов экономической деятельности. Движение капитала осуществляется через механизм фондового рынка. Денежные средства перетекают из одного инвестиционного направления в другое, из менее привлекательной отрасли в более привлекательную, выполняя перераспределительную функцию. Фондовые индексы – это показатель, обобщающий изменения во времени определенной совокупности курсов акций компаний данный страны. В зависимости от того, какие ценные бумаги составляют выборку, используемую при расчет индекса, он может характеризовать рынок в целом, рынок определенного класса ценных бумаг, отраслевой рынок. Они позволяют оценить состояние экономики одной или нескольких стран, отдельных отраслей экономики при изменении стоимости ценных бумаг крупнейших эмитентов.

Целью работы служит анализ модели Влияния фондовых индексов на формирование цены акций.

Выделим показатели, которые являются первичными и те, которые косвенно влияют на «y». Расчеты произведены по одному виду акции (примерно одной стоимости) из каждой представленной страны

Таблица 1

Факторы для построения модели

Страны	Курс акции, $, y	Количество выпущенных акций, тыс, x1	Ценовой индекс, x2	Капитализационный индекс, x3
Австралия	80,13	3001	4,83	38,7
Австрия	78,17	3343	4,33	8,2
Аргентина	75,48	3336	16,16	38,7
Бразилия	71,13	2938	31,74	182
Бельгия	78,29	3543	4,57	10,3
Великобритания	78,16	3237	5,28	60,1
Венгрия	72,17	3402	8,58	10,05
Германия	78,42	3330	4,23	82,4
Греция	78,89	3575	6,12	10,7
Дания	77,1	3808	4,9	5,4
Египет	70,41	3289	35,26	74,7
Израиль	79,02	3272	7,37	6,1
Испания	79,23	3295	4,54	40,2
Италия	79,4	3504	6,19	58
Канада	79,83	3056	4,88	32,2
Латвия	69,31	2861	14,59	2,34
Нидерланды	78,74	3259	4,26	16,15
Норвегия	79,09	3350	3,87	4,54
Польша	73,91	3344	8,95	38,62
Республика Корея	75,36	3336	7,31	48,3
Россия	67,66	2704	19,51	144,5
Румыния	70,62	2943	18,4	22,27
США	77,14	3642	6,75	290
Турция	71,8	3568	44,2	68,1
Финляндия	77,92	2916	3,73	5,2

Франция	79,28	3551	4,37	60,2
Чехия	75,18	3177	5,37	10,24
Швейцария	79,99	3280	4,36	7,31
Швеция	79,97	3160	3,42	8,89
Япония	80,93	2905	3,3	127,21

Для того, чтобы оценить качество данной модели необходимо провести регрессионный анализ, по результатам которого мы найдем R^2, $t_{ст}$, У.

Получено следующее уравнение регресии

$У= 68,05+0,003x_1-0,26x_2+0,001x_3$

$R^2=60\%$,

Тестирование значимости коэффициентов модели показало, что переменную x3 нужно исключить

Мы получаем новую модель, состоящую из двух факторов, уравнение модели - $У= 68,1+0,0033x_1 -0,262x_2$

Для дальнейшего анализа модели необходимо найти ошибку аппроксимации.

Расчеты показали, что ошибка аппроксимации составила 2,6%, следовательно, модель качественная. Следующим шагом будет являться анализ F-значимости. Это значит, что на заданном уровне модель считается статистически значимой.

После мы проверяем наличие автокорреляции в остатках с помощью теста Дарвина Уотсона.

Получаем, что DW=1,697, это значение находится в промежутке $[1.5; 2,5]$ и это значит, что автокорреляции в остатках не обнаружено.

Затем нам необходимо узнать: нет ли в модели гетероскедастичности в остатках, а именно неоднородность выборки в зависимости от наблюдений. Для этого мы проведем тест Уайта: если построенная вспомогательная

модель является «плохой», то в исходной модели не существует гетероскедастичности.

Вывод:Согласно теореме Гаусса-Маркова: модель линейной регрессии может быть использована для решения поставленных задач на заданном уровне значимости α, если в ней не существует мультиколлинеарности, гетероскедастичности в остатках и не существует автокорреляции в остатке.

В процессе анализа мы исключили вышеперечисленные показатели и пришли к выводу, что наша модель «Влияние фондовых индексов на формирование цены акций» является качественной и может быть использована для решения поставленных задач.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. https://www.calc.ru/Belgium/istoriya-kotirovok-aktsiy.html
2. Прусова И.В. Использование фондовых индексов для оценки состояние мировой экономики.
3. Амоша А.И. Рынок ценных бумаг и фондовые индексы: зарубежный опыт.
4. Кропова, А. А. Фондовые индексы / А. А. Кропова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2014. — № 8 (67). — С. 507-508

МОДЕЛИРОВАНИЕ ОБЪЕМА РАЗРАБОТАННЫХ ПЕРЕДОВЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Стародумова Ю.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Новые производственные технологии меняют традиционные представления о производстве, помогают бизнесу и в целом улучшают состояние экономики страны, поэтому данная тема была выбрана мной для написания статьи.

Цель работы - построить качественную модель и выделить значимые факторы, которые наиболее сильно влияют на число разработанных передовых производственных технологий.

Для моделирования влияния факторов на число разработанных передовых производственных технологий в России были взяты показатели, представленные в таблице 1. При этом в качестве переменных были использованы:

Number of advanced manufacturing technologies developed in the Russian Federation – число разработанных передовых производственных технологий в Российской Федерации.

Grow tho fhigh-performance jobs - рост высокопроизводительных рабочих мест. Domestic researc hand development expenditures, asapercentageofgrossdomesticproduct - Внутренние расходы на исследования и разработки, в процентах от валового внутреннего продукта.

Average age of machines and equipment available at the end of the year – Средний возраст машин и оборудования, имеющихся в наличии на конец года.

Таблица 1

Регрессионная модель

	Коэффициент	*Ст. ошибка*	*t-статистика*	*P-значение*	
Growthofhighperformancejobs	−0,0463354	0,0203761	−2,274	0,0721	*
Domesticresearchanddevelopme	−1473,58	498,616	−2,955	0,0317	**
Averageageofmachinesandequ	268,688	47,9091	5,608	0,0025	***

Работая с данными из таблицы 1, предположим, что зависимую переменную (число разработанных передовых производственных технологий в Российской Федерации) и независимые (рост высокопроизводительных рабочих мест, внутренние расходы на исследования и разработки, в процентах от валового внутреннего продукта, средний возраст машин и оборудования, имеющихся в наличии на конец года) связывает **линейное регрессионное уравнение**:

$$\hat{y}(x) = -0{,}0463354\, x_1 - 1473{,}58\, x_2 + 268{,}688\, x_3 \qquad (1)$$

Определяем значимость уравнения по P-значению (F) = 9,14e-08 (значение из таблицы 1). Значимость F = 9,14e-08< 0.05, то есть с вероятностью 95% уравнение считается значимым.

Из таблицы 1 мы видим, что**R^2 = 0,997298.** Такая величина коэффициента детерминации означает, что вариация зависимой переменной на 99,7% объясняется изменением независимых величин модели. Оставшиеся0,3% могут быть объяснены влиянием факторов, неучтенных в модели.

Проведем тест Рамсея для подтверждения адекватности спецификации модели. Результаты тестирования представлены в таблице 2:

Таблица 2

Тест Рамсея

	Коэффициент	Стандартная ошибка	t-статистика	P-значение
Growthofhighperf~	−0,722298	1,02646	−0,7037	0,5323
Domesticresearch~	−22979,4	33115,6	−0,6939	0,5376
Averageageofmach~	4091,47	5684,15	0,7198	0,5237
yhat^2	−0,0184298	0,0257541	−0,7156	0,5259
yhat^3	6,13E-06	8,37E-06	0,7317	0,5173
Тестовая статистика	F = 0,280261			
p-значение	P(F(2,3) > 0,280261) = 0,773			

По результатам теста Рамсея видно, что линейная зависимость является правильной для исследуемой модели.

Проведем тест на наличие гетероскедастичности в модели, чтобы выявить однородны ли наблюдения. Результаты тестирования в таблице 3:

Таблица 3

Тест Бриша-Пэгана (Breush-Pagan) на гетероскедастичность

	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение
const	−71,5602	77,7506	−0,9204	0,4095
Growthofhighperf~	−0,000195174	0,000770902	−0,2532	0,8126
Domesticresearch~	0,569679	20,9472	0,0272	0,9796
Averageageofmach~	6,353	6,26475	1,014	0,3679
Объясненная сумма квадратов = 3,85527				
Тестовая статистика: LM = 1,927636,				
p-значение = P(Хи-квадрат(3) > 1,927636) = 0,587561				

По p-значению мы видим, что нулевая гипотеза (об отсутствии гетероскедастичности) принимается, значит гетероскедастичность в модели отсутствует.

Чтобы определить степень влияния факторов на зависимую переменную, построим корреляционную матрицу.

Мы выяснили, что переменные Growthofhigh-performancejobs (рост высокопроизводительных рабочих мест) и domestic research hand development texpenditures, asaper centage of gross domestic product (внутренние расходы на исследования и разработки, впроцентахотваловоговнутреннегопродукта) оказывают сильное влияние на зависимую переменную.

Проведем тест на нормальное распределение остатков (результаты тестирования отображены на рисунке 1):

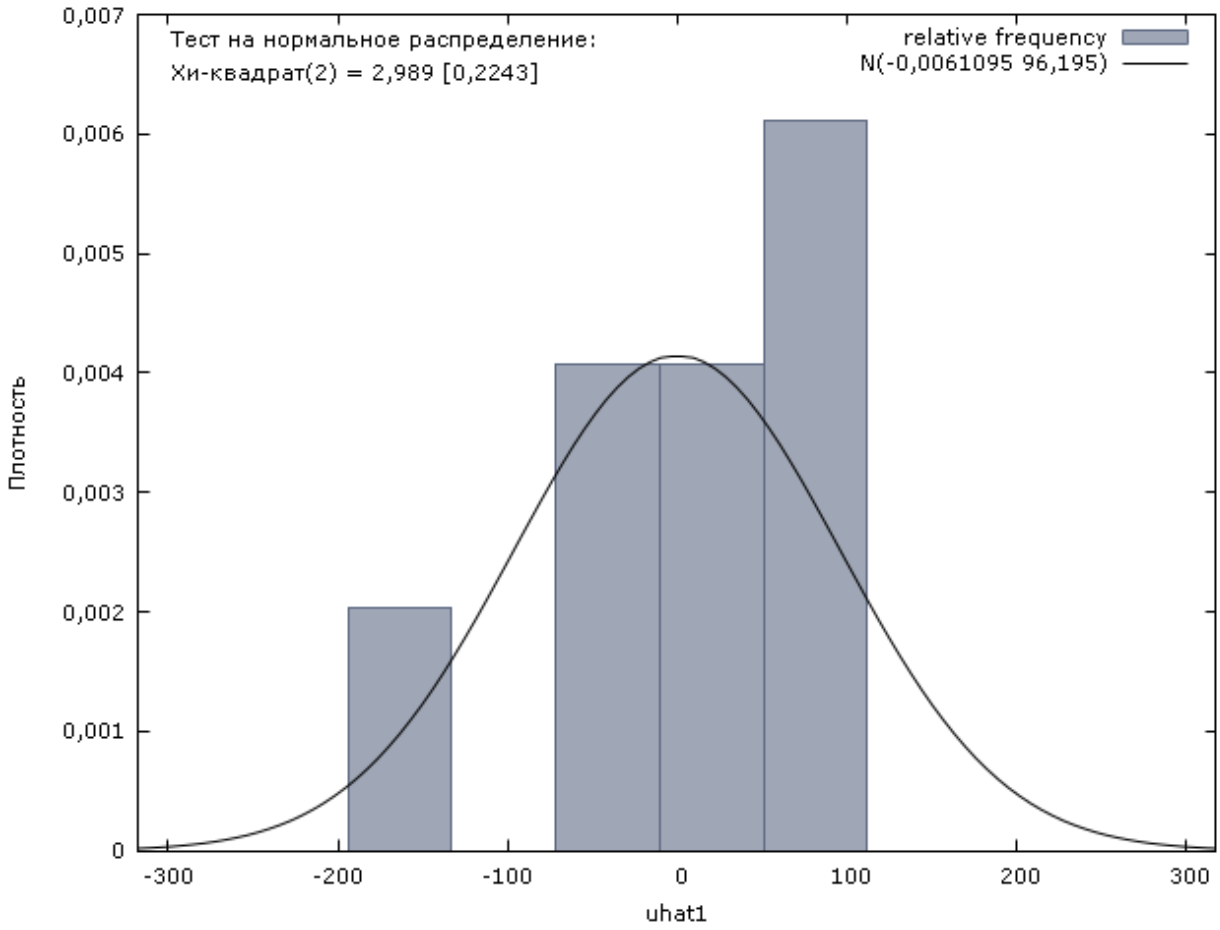


Рисунок 1. Тест на нормальное распределение ошибок регрессии

Таблица 5

Нулевая гипотеза подтверждается, таким образом, ошибки регрессии распределены по нормальному закону.

Воспользуемся функцией «Прогнозы » в программе Gretl (рисунок 2).

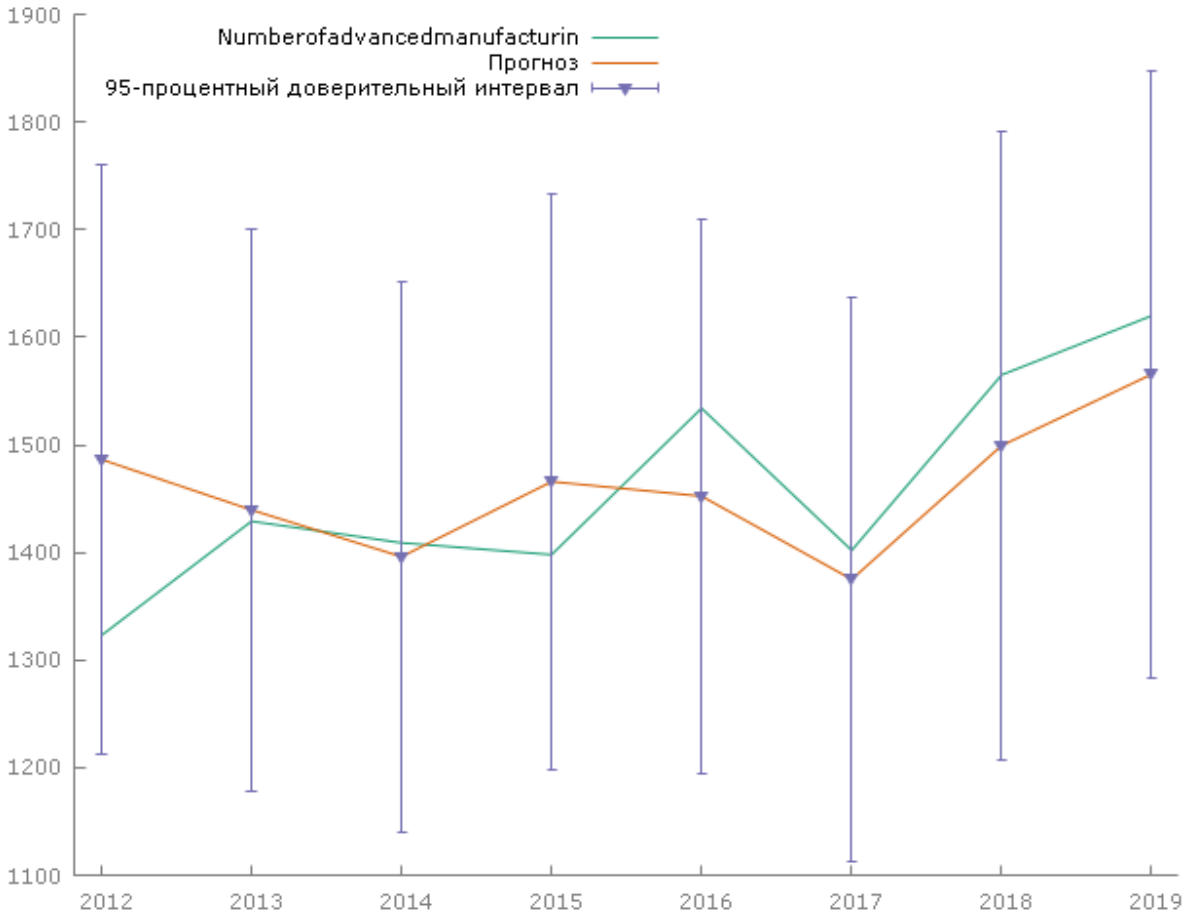


Рисунок 2. Прогнозирование объема разработанных передовых производственных технологий в Российской Федерации.

Таким образом,в исследуемой модели вариация зависимой переменной на 99,7% объясняется представленными факторами. Зависимую переменную и независимые связывает линейное регрессионное уравнение, которое считается значимым. Гетероскедастичность отсутствует, что свидетельствует об однородности наблюдений. Ошибки распределены по нормальному закону. Также получены прогнозные значения для 95% доверительных интервалов

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральная служба государственной статистики РОССТАТ
2. Наука и инновации https://rosstat.gov.ru/folder/14477 (дата обращения: 17.12.2020).

3. Технологическое развитие отраслей экономики https://rosstat.gov.ru/folder/11189 (дата обращения: 17.12.2020).
4. Иванова Ирина Анатольевна Моделирование региональной инновационной деятельности в России // Регионология . 2014. №4 (89). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/modelirovanie-regionalnoy-innovatsionnoy-deyatelnosti-v-rossii (дата обращения: 17.12.2020).

МОДЕЛИРОВАНИЕ ТЕМПА ИНФЛЯЦИИ В РОССИИ

Сюткина Е.А

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В Российской Федерации, как и в любой другой стране случаются кризисы. И одной из предпосылок является инфляция. Данное явление характеризуется непрерывным поднятием общего уровня цен. Это явление отрицательно сказывается на благосостоянии отдельного человека и уровне экономики в стране в целом. Так как явление оказывает влияние на жизнь населения, важно определить от каких же факторов зависит уровень инфляции. Анализ экономики всегда является актуальным и исследуется многими людьми на протяжении долгого времени. Целью работы является проверить, оказывают ли ключевая ставка и наличная денежная масса в обращении существенное влияние на темп инфляции в России, достаточно ли этих факторов для построения точной модели. Значимость факторов может позволить контролировать темп инфляции и предвидеть ситуацию дальнейшего развития.

Для моделирования инфляции необходимы данные (табл.1) -о ключевой ставке ЦБ России (x1) и наличной денежной массе в обращении (x2), которые оказывают непосредственно влияние на темп инфляции (y) в Российской Федерации за период с 2013 года по 2019 год. Данные взяты с официального сайта Центрального банка:https://cbr.ru/ [1]

Вопросы о моделировании инфляции представлены и рассмотрены в работах Чистякова И.Д[2], Ворониной Н.Л[3] и Пачина М.А[4].

Таблица 1

Числовые данные, необходимые для построения регрессионной модели.

№	У (Темп инфляции)	X1(Ключевая ставка ЦБ России)	X2(Наличная денежная масса в обращении, млрд рублей)
1(2013)	6,45	5,5	7381,8
2(2014)	11,36	8,5	7955,9
3(2015)	12,91	13,9	7723,6
4(2016)	5,38	10,5	8295,9
5(2017)	2,52	9,125	8905,9
6(2018)	4,27	7,55	9975,2
7(2019)	3,05	6,9	10212,1

Зависимой переменной является темп инфляции, объясняющими ключевая ставка и наличная денежная масса в обращении. Существует предположение, что есть линейное регрессионное уравнение. Построив модель в Excel, нужна проверка ее качества с помощью R^2. Коэффициент детерминации определяет долю дисперсии(разброса), чем ближе он к 1, тем теснее линейная связь.

Таблица 2.

Вывод итогов регрессионной статистики

Множественный R	0,77442
R-квадрат	0,599726
Нормированный R-квадрат	0,399589
Стандартная ошибка	3,141978
Наблюдения	7

В полученной модели (таблица 2) коэффициент детерминации равен примерно 0,6, это говорит о том, что выбранные данные на 60% объясняют изменение темпа инфляции, остальные 40% могут быть объяснены неучтенными в модели факторами. В целом, чем выше коэффициент детерминации, тем более значимыми являются независимые переменные для зависимой переменной.

Таблица 3

Параметры линейного уравнения множественной регрессии

	Параметр	Значение коэффициента
B0	Y-пересечение	19,08535
B1	Переменная X1	0,58308
B2	Переменная X2	-0,00205

Исходя из параметров (табл.3) уравнение приобретает следующий вид:Y=19,08535+0,58308 *X1-0,00205 *X2 (1)

Проверка значимости построенной модели. Для этого существует нулевая гипотеза: H0=построенная модель является статистически незначимой. Для того, чтобы данная модель оказалась значимой расчетное

значение должно быть больше табличного, коэффициенты должны быть не равны 0 и оказывать влияние на результат Y, то есть на темп инфляции. В модели используются 7 наблюдений (с 2013 по 2019 год), количество факторов равно 2.

Таблица 4

Проверка значимости уравнения

Наименование	Обозначение	Табличное значение	Расчетное значение
Критерий Фишера	F	6,94	2,99658
Наблюдения	n	-	7
Количество факторов	k	-	2
Уровень значимости	a	0,05	-

Исходя из расчетов (табл.4) видно, что Fтаб>Fрасч, а это значит что нулевая гипотеза принимается, построенная модель является статистически незначимой. Для анализа значимости каждой переменной отдельно, используется критерий Стьюдента. Табличные значения для критерия (для 7 наблюдений) представлены в таблице 5

Таблица 5

Табличные значения критерия Т-Стьюдента

При уровне значимости=0,01	При уровне значимости=0,05	При уровне значимости=0,1
4,6041	2,7764	2,1318

Для анализа значимости коэффициентов надо найти t-расчетное

T1-расч=1,189134

T2-расч=-1,68347

На основании таблицы 5 и расчетных значений t, можно сделать вывод о том, что коэффициенты не являются значимыми и не оказывают существенного влияния на модель при любом уровне значимости. Это значит, что модель не объясняется выбранными критериями. Модель можно проанализировать на наличие связи между отдельными факторами с помощью корреляции. Уравнение регрессии всегда дополняется показателем тесноты связи. При использовании линейной регрессии в качестве такого показателя выступает линейный коэффициент корреляции.

Таблица 6

Коэффициент корреляции в модели

	Ключевая ставка	Наличная денежная масса в обращении.	Темп инфляции
Ключевая ставка	1		
Наличная денежная масса в обращении	-0,300599235	1	
Темп инфляции	0,563351089	-0,676923508	1

Обобщение данных таблицы 6.Существует умеренная связь между ключевой ставкой и темпом инфляции. Между темпом инфляции и наличной массой существует умеренная обратная связь.

Вывод: величина линейного коэффициента корреляции составила 0,56 и это говорит о наличии достаточно тесной связи между темпом инфляции и ключевой ставкой. Темп инфляции и наличная денежная масса имеют обратную связь, при увеличении денежной массы темп инфляции уменьшается.

Необходимо рассчитать среднюю ошибку аппроксимации для оценки уравнения регрессии. Используя необходимые данные полученное значение=44,1%.Значение средней ошибки аппроксимации является высоким, это говорит о том, что модель подобрана не совсем удачно. Для наилучшего качества модели, фактические значения должны меньше отличаться от теоритических.Расчетные значения отклоняются от фактических на 44,1 %, Нормой считаетсясредняя ошибка аппроксимации до 15%.

Следующая необходимая вещь-проверка модели на мульколлинеарность.

Под мультиколлинеарностью понимается корреляция независимых переменных, которые затрудняют исследование регрессионной модели. Наличие мультиколлинеарности говорит о нарушении одной из предпосылок классической линейной модели множественной регрессии. Определить матрицы=0,364. Тогда необходимо найти натуральный логарифм от определителя и значение статистики по тесту Фаррара-Глоубера.

Расчетное значение=-((7-1-(1/6*(4+5)))*(-1,010312705)=4,5464 (2)

Табличное значение=5,991

Табличное значение> Расчетное значение, это говорит об отсутствии мультиколлинеарности с вероятностью 95%, так как для табличного значения, уровень значимости был выбран=0,05

Чтобы узнать есть ли в остатках модели автокорреляция необходим тест Дарбина-Уотсона для зависимости темпа инфляции от ключевой ставки и наличной денежной массы в обращении.

Таблица 7

Данные для расчета автокорреляции в остатках

Y	^Y	E=y-^y	E^2	Et-e(t-1)	(et-e(t-1))^2
6,45	7,17541	-0,72541	0,52622		

11,36	7,74898	3,61102	13,0395	4,33644	18,80467923
12,91	11,3733	1,53668	2,36137	-2,07435	4,302915903
5,38	8,21886	-2,83886	8,05915	-4,37554	19,14535483
2,52	6,16794	-3,64794	13,3074	-0,80907	0,654598251
4,27	3,05981	1,21019	1,46455	4,85812	23,6013729
3,05	2,19567	0,85433	0,72987	-0,35586	0,126636919
			39,4881		66,63555803

На основании данных(табл.7) D=1,68748; D(l)=0,47; D(u)=1,9 на основании таблицы статистики Дарбина-Уотсона. Фактическое значение критерия Дарбина-Уотсона для этой модели находится в зоне неопределенности (D(L); D(U)). На практике это означает наличие автокорреляции в остатках.

Данный критерий даст наиболее достоверные результаты при наличии больших выборок, количество наблюдений является небольшим, всего 7, по которым построена модель регрессии. Кроме этого, данный критерий имеет и другие недостатки, поэтому для проверки автокорреляции нельзя ограничиться только им.

Проверить автокорреляцию можно с помощью теста Бриша- Годфри.

Таблица 8

Расчетные данные для теста Бриша-Годфри

Ei	E(i-1)	E(i-2)	E(i-3)	X1	X2
-0,72541				5,5	7381,8
3,61102	-0,72541			8,5	7955,9
1,53668	3,61102	-0,72541		13,9	7723,6

-2,83886	1,53668	3,61102	-0,72541	10,5	8295,9
-3,64794	-2,83886	1,53668	3,61102	9,125	8905,9
1,21019	-3,64794	-2,83886	1,53668	7,55	9975,2
0,85433	1,21019	-3,64794	-2,83886	6,9	10212,1

Для нахождения расчетного и табличного значения используются данные(табл.8), при этом расчетное значение оказалось больше, что означает, что автокорреляция в остатках присутствует на основании отклонения нулевой гипотезы: Автокорреляция в регрессии отсутствует. Оба теста показали наличие автокорреляции в регрессии, это неудивительно, так как она часто встречается в моделях при использовании наблюдений, упорядоченных по времени. В данной модели это время составляет один год.

На основании теста Чоу можно сделать вывод о том, что в середине отрезка временного ряда разрыва нет, то есть уравнения описывают одинаковую тенденцию. Исходя из всего вышесказанного делается вывод о том, что модель не объясняет темп инфляции, выбранные коэффициенты: ключевая ставка и наличная денежная масса в обращении являются незначимыми. Уравнение регрессии объясняет темп инфляции только на 60%, остальное приходится на неучтенные факторы. Несмотря на то, что инфляция явление экономическое, на него влияют и другие внешние факторы, которые могут не иметь количественную и качественную оценку и потому быть невключенными в модель. Также можно сказать о том, что инфляция-сложный процесс и учесть все факторы в модели является практически невозможным.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1.Банк России// [Электронный ресурс]. URL:https://cbr.ru/

2. Чистяков И.Д-Прогнозирование уровня инфляции в России на основе эконометрического моделирования: Научно-практический электронный журнал Аллея Науки, 2018. С.213-220

3.Воронина Н.Л- Эконометрическое моделирование темпа инфляции в Российской Федерации: Научные записки молодых исследователей, 2018.С 5-10.

4.Пачин М.А-Моделирование уровня инфляции в Российской Федерации: Символ науки: международный научный журнал, 2015.С 155-158.

СЕКЦИЯ 12. ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ И ВОПРОСЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

ЛИЧНОСТЬ И ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ В ПРЕДМЕТНОМ ПОЛЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ЗНАНИЙ

Аниканова В.А

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Предприниматель – человек, «который предпринимает». Кажется, в этом слове уже заложено такое качество, как решительность. Какими еще чертами личности обладает успешный бизнесмен? В поисках счастья и богатой жизни, «секрета успеха» находятся многие люди в 21 веке. Люди покупают книги бизнес тренеров, «коучей», биографии богатых людей, путь которых они пытаются повторить, работает ли это?

Проблема развития предпринимательства предполагает комплексный подход, включающий психологические аспекты изучения субъекта предпринимательской деятельности. В связи с этим актуальным представляется исследование особенностей личности успешных предпринимателей. В данной статье я постараюсь составить психологический портрет предпринимателя в России, использовав при этом российские и зарубежные исследования в этой области.

Психология предпринимательства на данный момент имеет очень небольшое число обоснованных теоретических и эмпирических концепций. Отечественный и зарубежный предприниматель имеет ряд отличий, в основном эти отличия упираются в историю. Корни отечественного предпринимательства уходят в такой социальный слой, как купечество, при этом скачкообразность истории России отразилась и на формировании личностных особенностей российских предпринимателей. Перечень личностных качеств успешных предпринимателей в отечественных и

зарубежных исследованиях различается. Более того, в каждом отечественном исследовании выделяются различные личностные характеристики успешного предпринимателя. Эти отличия можно объяснить, и спецификой национально-культурных особенностей, уровнем развития рыночной экономики, и тем, что отечественная психология предпринимательства находится на стадии накопления эмпирического материала и далека от его обобщения в единое понятие. Поэтому сама методология психологии предпринимательства все еще находится в зачаточном состоянии. Для дальнейшего развития психологии предпринимательства необходимо, на наш взгляд, опираться на субъектно-деятельностный подход и на богатейшем зарубежном эмпирическом материале, сравнивая его с важнейшими результатами отечественных исследований, построить модель успешной личности предпринимателя.

Обратимся к статье Хановой З.Г.: «Предпринимательская деятельность – инициативная деятельность человека, осуществляемая от своего имени, на свой риск, под свою имущественную ответственность и направленная на получение личного дохода.» Предпринимательская деятельность представляет собой не сколько профессию, сколько образ жизни человека. Деятельность предпринимателя характеризуется быстрым темпом, высокой скоростью принятия решений [1].

К предпринимательской деятельности также относят ее инновационный характер, трудности стандартизации. Также эта деятельность требует высокую степень вовлеченности, актуализирует и мобилизирует внутренние резервы личности, повышает заинтересованность в совершенствовании деятельности, ответственность за результаты. Теперь рассмотрим различные современные исследования, касающиеся личности предпринимателя. Так, в работе Е. В. Беловой были выделены четыре основных фактора личностных особенностей предпринимателя:

1. Лидерство (лидерский потенциал, ориентация на взаимодействие, ориентация на развитие, целеустремленность, негативное избегание неудач).

2. Целеустремленность (уверенность, склонность к риску, мотивация к успеху, независимость).

3. Практический интеллект (гибкость мышления, оперативность, сосредоточенность на бизнесе).

4. Инновационная готовность (интернальность, креативность, нервно-психическая устойчивость) [2].

В работе Е.З. Омарова исследована взаимосвязь успешности предпринимательской деятельности и личной зрелости. Выяснилось, что личная зрелость неоднозначно связана с успехом предпринимательской деятельности: выявлен ряд характеристик, не сопоставимых с личной зрелостью, но определяющих успех: доминирование, лидерство, готовность идти на риск, способность противостоять правилам и нормам [3]. Попробуем взглянуть на предпринимательство с точки зрения определенного конкретного состояния человека, идентифицирующего себя с этой деятельностью. Для этого помните, что его отличительной чертой является риск. Существует около двух тысяч профессий, каждая из которых имеет определенную степень риска. Риски, связанные с различными профессиями, обычно связаны с угрозами здоровью и жизни. Сущность предпринимательского риска специфична; люди разделены по степени риска.

Одни при реализации своей цели испытывают тягу к ней, другие избегают ее и не могут действовать в рискованных ситуациях. Почему одни люди стремятся к рискованным занятиям, в частности к предпринимательству, а другие избегают их? Согласно нейрогуморальной теории, есть люди с повышенной активностью симпатической нервной системы - симпатотоники. Стимуляция симпатической нервной системы помогает снять мышечную усталость. Sympathotonics может работать долго и упорно, не чувствуя усталости. Достойные представители ярко выраженного «трудового задора». Они стремятся к определенным видам деятельности, поддерживающим их деятельность. Предпринимательская активность вполне удовлетворяет симпатотоников наличием большого количества напряженной

работы с обилием «пиковых ситуаций». финальный продукт. Нужно почувствовать надежность, уверенность в себе. Такие ощущения позволяют брать на себя ответственность, самостоятельно принимать оптимальные решения в любых опасных ситуациях, которыми изобилует предпринимательская деятельность. Ощущение надежности определяется метаболизмом нейропептидов, в частности содержанием в крови человека эндорфинов и других гормонов, сходных по действию с морфином. Именно люди, обладающие чувством безопасности, призваны стать хозяевами любой опасной ситуации и, следовательно, хозяевами своей судьбы, а не наоборот. Экспериментально установлено, что эндорфины по действию конкурируют с морфином. Они позволяют испытать эйфорию, раскрашивая жизнь положительными эмоциями и снимая тревогу. Эндорфины заметно влияют на поведение и мотивацию. Например, они подавляют рефлексы избегания опасности, активируют память и умственную деятельность, повышают устойчивость к стрессу.

Таким образом, обычное погружение в неуверенность предпринимателям выгодно, как и приятные ощущения, которые вместе доставляют удовольствие. Однако большинство людей не испытывают такого удовлетворения, если вдруг оказываются в обстановке неопределенности, потому что вместо радости они испытывают страх, чувство беспомощности и одиночества. Наличие риска в бизнесе приводит к частому стрессу, возникающему из-за экстремальных раздражителей. Они приводят к напряжению приспособительных механизмов организма. По мнению Г. Селье, адаптационный синдром, наблюдаемый при стрессе, имеет три фазы. В фазе тревоги мобилизуются силы тела; на стадии сопротивления - повышение сопротивляемости внешним раздражителям; в фазе истощения - болезни, приводящие к летальному исходу. Можно предположить, что успешные предприниматели работают в основном на первой и второй фазах; данные о том, что дольше всех живут люди, добившиеся успеха в жизни, сейчас достаточно хорошо известны. На первом месте духовность, на втором

- успешные предприниматели. Очевидно, что люди, не способные к предпринимательству, при первых же попытках заняться этим видом деятельности терпят поражение и «отсеиваются», поскольку попадают в третью фазу адаптационного синдрома, когда организм начинает давать сбои из-за к истощению нервной системы. Можно предположить, что предпринимательство - особое состояние, выражающееся целостным комплексом эмоциональных ощущений, вызванных определенным балансом нейрогуморальных регуляторных механизмов, а также повышенной устойчивостью организма к стрессу [4].

Вернемся к психологии, деятельность отечественного предпринимателя характеризуется достаточной неопределенностью и нестабильностью.

Распространено описание трех типов предпринимателей: сопротивляющихся, административных и романтических предпринимателей. Первый из них сформирован среди руководителей советского предприятия и был помещен в условия обязательного выполнения плановых заданий, не имея достаточных ресурсов. Представители этого типа сохранили качество, основанное на желании скорректировать план, получить дополнительные средства, реальные ресурсы, завышать цены. Второй - предприниматель с мандатом. Он начал действовать в ограниченном стратегическом пространстве (что важно для выживания системы) «с полной свободой новых комбинаций». Положительный эффект был достигнут быстро, негативные последствия для экономики, природы и общества приобрели длительный или необратимый характер. Третий тип - это человек, который на свой страх и риск, движимый страстью к самовыражению, содержательной и творческой работе, занимался введением новых комбинаций не по правилам административной системы, а в обход или против них.

И. Шумпетер выделяет три предпринимательских мотива. Первый - это потребность в господстве, власти, влиянии. Он проявляется в накоплении собственности предпринимателями. Второй - это жажда победы, стремление

к успеху в борьбе с противником и самим собой. Третий мотив - радость творчества, которую дает самостоятельное ведение дел. Дополнили картину отечественные исследователи А.Д. Смирнов, В.Ф. Максимов, Д.Н. Акуленок и др. Посмотрите на мотивационную структуру предпринимателя следующим образом. Во-первых, вам необходимо сильное желание выделиться, выразить себя, удовлетворить здоровую самооценку. Во-вторых, стремитесь к независимости. В-третьих, желание принести пользу обществу. В-четвертых, удовлетворить потребности личного лидерства. В-пятых, показать потребность в самовыражении, самоактуализации, которая представляет собой отчаянную борьбу за бессмертие. Эта мотивация наиболее ярко выражена у творческих людей и заключается в желании «оставить после себя след на земле». Исследователи отмечают еще два очень важных качества предпринимателя. Первое - это умение доводить дело до конца, второе - умение объединять вокруг себя людей, способствующих выполнению основных задач. Профессор кафедры предпринимательства США Р. Хизрич и его коллега, профессор факультета маркетинга М. Питерс считают, что специальные курсы для предпринимателей могут выработать у слушателей, способных к бизнесу, необходимые умения и дать нужные знания. Ссылаясь на Р.С. Ронстад, они называют 14 конкретных предпринимательских навыков и знаний. Вот некоторые из них: четкое понимание предпринимательства, отделение фактов от мифов, умение давать взвешенные оценки, возможность найти нестандартные решения, возможность разработки новых коммерческих идей, возможность оценивать перспективы новых идей, знания, необходимые для создания нового бизнеса, умение оценивать внешнюю ситуацию с точки зрения этики и морали, умение заключать сделки, устанавливать контакты, вести переговоры, умение получить то, что положено. По мнению авторов, большинство перечисленных навыков можно развить у людей с особыми врожденными задатками, что указывает на необходимость первичного отбора на курсы предпринимательства. Итак, проясняется еще один момент: понимание

предпринимательства как способности и необходимость находить людей с этим редким даром. Во многих странах мира существует особая государственная политика, поощряющая предпринимательство и создающая благоприятные условия для его развития. Условия - одна из составляющих структуры деятельности [5].

Следовательно, мы переходим к рассмотрению следующего элемента предпринимательской деятельности, который понимается как обстоятельства, которые способствуют или не способствуют данному занятию: чтобы человек проявил себя как талантливый предприниматель, приносящий пользу обществу, необходимо недостаточно, чтобы иметь редкие способности и определенные мотивы. Нужны благоприятные условия, которые, как питательная среда, позволят вырастить спелые сочные плоды экономического благополучия из предпринимательских семян.

Неизбежным атрибутом любых структурных изменений при создании новых и росте существующих производств являются инновации. Инновации часто идут рука об руку с творчеством и изобретениями. Б. Карлоф считает, что предпринимательство имеет много общего с творчеством, которое, в его понимании, заключается в способности объединять отдельные элементы знания в абсолютно новые комбинации. Чтобы создать что-то новое, даже в форме идеи, нужно определенным образом мыслить. Не каждый способен построить принципиально новую идею на основе прошлых знаний, а затем с помощью умения разрушить стереотипы социального мышления и реализовать свою идею. Итак, отличительными чертами предпринимательства являются независимость, ответственность, рискованность, инициативность, склонность к творчеству, новаторство.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ханова З.Г. Личность и деятельность предпринимателя в предметном поле психологических исследований, 2011- URL: https://cyberleninka.ru/article/n/lichnost-i-deyatelnost-predprinimatelya-v-predmetnom-pole-psihologicheskih-issledovaniy (дата обращения:25.11.2020)
2. Белова Е. В Личностные особенности успешных предпринимателей малого и среднего бизнеса ,2012 - URL: http://www.dslib.net/psixologia-truda/lichnostnye-osobennosti-uspeshnyh-predprinimatelej-malogo-i-srednego-biznesa.html(дата обращения:25.11.2020)
3. Омаров Э.З. Особенности личностной зрелости успешных и неуспешных предпринимателей - URL: http://dislib.ru/psihologiya/16090-4-osobennosti-lichnostnoy-zrelosti-uspeshnih-neuspeshnih-predprinimateley.php(дата обращения:25.11.2020)
4. Исакова Ю.Б. Предпринимательское поведение как психологический феномен // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии: сб. ст. по матер. VIII междунар. науч.-практ. конф. –Новосибирск: СибАК, 2011
5. О.Г. Евдокимов, Е.А.Иванова, Ж.В. Смирнова. Психология бизнеса и предпринимательства, 2013 – URL: https://klex.ru/8dn (дата обращения:25.11.2020)

К ВОПРОСУ О ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ПОДДЕРЖКЕ ЛИЧНОСТИ С ЦЕЛЬЮ ЕЕ СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ

Бубнова Э.Г.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современной России мы можем наблюдать значительный рост числа неблагополучных семей (педагогически запущенных, конфликтных, криминальных, асоциальных), не выполняющих свои воспитательные функции. В таких семьях преобладают неблагоприятные социальные и психолого-педагогические факторы (эмоционально-конфликтные отношения, жестокое обращение с детьми, отказ от процесса воспитания, педагогическая некомпетентность, асоциальный образ жизни и т.д.). В этих семьях наблюдаются деструктивные отношения. Это осложняет процесс

прохождения ребенком семейной социализации, приводит к различным нарушениям социального и личностного развития.

Чаще всего дети из таких семей попадают в социально-реабилитационные центры. Они принимают детей или по заявлению самих родителей, или через органы опеки. Несовершеннолетние могут там находиться не более года.

В детский дом после приюта попадают те дети, родители которых так и не смогли справиться с проблемами.

В этих центрах дети получают психологическую поддержку и реабилитацию.

Под психологической поддержкой понимаем систему мероприятий, проводимых психологом для предупреждения и смягчения психологических сложностей у человека.

Основными задачами таких центров являются профилактика безнадзорности и беспризорности, а также социальная реабилитация детей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации.

Территориальные социально-реабилитационные центры комплексно решают проблемы коррекционно-реабилитационной работы, ориентируясь на самого ребенка, оказавшегося в трудной жизненной ситуации, так и на среду, в которой он находится, в том числе родную семью.

Но даже самый хороший приют – это лишь временное место пребывания ребенка, поэтому одна из главных задач социальной помощи ребенку – устройство его дальнейшей судьбы.

Понятие адаптации многогранно и имеет много трактовок. Отсутствует единое толкование данного термина и среди учёных-психологов.

Адаптация понимается и как условие и как процесс. Так, например, П.С. Кузнецов в своих работах рассматривает адаптацию именно как процесс: «Адаптация − это внутренне мотивированный процесс, характеризующий в конечном итоге принятие или непринятие развивающейся личностью внешних и внутренних условий существования, а

также активность личности по изменению этих условий в желаемом направлении».

Адаптация – это непрерывный процесс приспособления к условиям новой среды, он связан с развитием и изменением социальных отношений, выражающийся в принятии норм, ценностей и установок новой среды, условий жизнедеятельности, социальных контактов, взаимодействий, статусов и ролей.

Под социальной адаптацией ребенка мы понимается процесс активного приспособления его к условиям новой социальной среды, вид взаимодействия ребенка с социальной средой.

Социальная адаптация может быть активной (когда личность стремится воздействовать на новую для нее социальную среду) и пассивной (если личность не оказывает влияние на окружающую среду, а подчиняется ее нормам, гласным и негласным правилам).

Можно сказать, что адаптация проходит успешно, если ребенок усваивает новые нормы, правила, у него формируются новые ценности и установки.

Он успешно приспосабливается к новым формам социального взаимодействия.

В условиях реабилитационного центра процесс социальной адаптации проходит в несколько этапов:

1 этап — начальный. Проводится социальная диагностика ребенка, в ходе которой знакомятся с его особенностями.

2 этап — включение в социальную группу. На этом этапе оказывается помощь новому воспитаннику в адаптации к реальным условиям жизни в учреждении.

3 этап — усвоение новых ролей. Ребенок начинает участвовать в новой для него деятельности, он приобретает позитивный социальный опыт, получает необходимые знания, умения и навыки.

4 этап —устойчивая адаптированность ребенка. На этом этапе у него появляется способностью разрешить любую проблемную ситуацию.

Семейное неблагополучие негативно сказывается на личности ребёнка.

Большое внимание исследователи уделяли изучению особенностей подростков из «алкогольных» семей.

Так, Целуйко В. М. пишет о том, что важнейшими особенностями процесса взросления детей из «алкогольных» семей заключаются в том, что:

- дети вырастают с убеждением, что мир - это небезопасное место, людям доверять нельзя;

- детям приходится скрывать свои истинные чувства и переживания, чтобы быть принятыми взрослыми; они не осознают своих чувств, не знают, в чем их причина и что делать с этим,

- дети переносят свои душевные раны и опыт во взрослую жизнь, часто становясь химически зависимыми. У них появляются те же проблемы, что были в доме их пьющих родителей;

- дети чувствуют эмоциональное отвержение взрослых, когда допускают ошибки, когда не оправдывают ожидания взрослых, когда проявляют свои чувства и заявляют о своих потребностях;

- дети, особенно старшие в семье, вынужденно берут на себя ответственность за поведение их родителей.

Г.В. Москаленко в своих работах обращает внимание на социальные и психологические особенности подростков из семей с алкогольной зависимостью. Для таких подростков характерно следующее:

- эмоциональное отвержение родителей;

- ожидание враждебного отношения от своих сверстников, общение с ними вызывает негативные эмоции;

- особенности отношения к себе: заниженная самооценка, неуверенность в себе, склонность формировать негативные сверхценные образования, неудовлетворенность собой, высокая тревожность и уязвимость в отношениях с другими людьми;

- на поведенческом уровне выявляются следующие реактивные патопсихологические симптомы: несоциализированное расстройство поведения (48,5 %), смешанное расстройство поведения и эмоций (27,6 %), гиперкинетическое расстройство поведения (13 %), расстройство поведения, ограничивающееся рамками семьи (6 %), социализированное расстройство поведения (4,9 %) случаев.

По мнению М.А. Галагузовой, нехватка эмоционально наполненной жизни в семье алкоголиков вызывает у подростка нарушения социальной адаптации.

У одних понижается активность, что приводит к апатии и большему вниманию к вещам, чем к людям; у других возникает гиперактивность с уходом в асоциальную, по стопам родителей или криминальную деятельность; многие ведут себя вызывающе в обществе, привлекая к себе внимание взрослых. Эти дети не умеют создавать прочные эмоциональные привязанности.

Т.И. Шульга и Л.Я. Олиференко также отмечают, что для подростков из таких семей характерно нарушение социализации, и наличие трудностей с самоопределением, в том числе профессиональным. «Воспитание» в такой семье является главной причиной неготовности этих детей к самостоятельной жизни и порождает личностную депривацию подростка. Представление о своей будущей профессии у них очень размыто и расплывчато. Они мечтают о хорошей работе, но представляют ее как ничегонеделание и получение при этом больших денег. Выбор профессии очень сложен для них. Дети не видят позитивного опыта своих родителей, они лишены помощи и поддержки с их стороны. Ребенок из неблагополучной семьи не знает, где, чему и как он может научиться, понять, что ему нужно, какие для этого у него есть способности и возможности, каким образом он может реализовать свои планы.

При работе с подростками из неблагополучных семей многие авторы описывают присущее им «состояние беспомощности». У подростков это

состояние связано с конкретными ситуациями: невозможностью изменить взаимоотношения с родителями, педагогами, сверстниками; неумением принимать самостоятельные решения или делать выбор и другими трудностями.

А.В. Кирпаль в своих исследованиях личности подростков из неблагополучных семей выявил ряд особенностей, которые свидетельствуют о нарушениях в коммуникативно-поведенческой сфере. Это приводит к определенным изменениям личностных характеристик:

- выраженные дезадаптационные нарушения по эмоциональному и когнитивно-ценностному критерию;

- отсутствие развитого коммуникативного потенциала и отсутствие умения адекватно регулировать своё взаимодействие с социальной средой и окружающими людьми в процессе деятельности;

- уменьшается склонность к соблюдению моральных норм и социальных правил;

- низкий уровень развития личностного адаптационного потенциала;

-нарушается процесс социальной адаптации, проявляющийся в неадекватных реакциях подростка на социальные события, противоречивости отношений к окружающим людям и явлениям, несоответствии системы личных убеждений системе социальных норм и ценностей, ярких отклонениях от психической нормативности поведения подростка, нарушениях межличностных контактов и т.д.;

- часто наблюдается неадекватность самооценки и уровня притязаний: чаще всего имеются заниженные показатели, это свидетельствует о том, что подростки из семей данного типа не способны на стремление к самоутверждению, не имеют устойчивых жизненных планов, проявляют излишнюю самокритичность.

Ю.В.Айзина отмечает, что сравнительный анализ состояния эмоциональной сферы показывает очень низкий уровень ее развития у детей из неблагополучных семей: ориентация в 2-х ярко-противоположных

состояниях (веселый-грустный), слабая дифференциация не только сложных (близких) эмоциональных состояний, но даже и более легких (грусть, злость), трудности передачи эмоционального состояния в речи, а так же с помощью жестов и пантомимики.

Итак, обобщив всё вышесказанное, можем сделать вывод о том, что для подростков из неблагополучных семей характерны психологические особенности, связанные с нарушениями в когнитивной, поведенческой, коммуникативной, эмоциональной, мотивационно-потребностной, волевой, нравственной и других сферах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Айзина Ю.В. Диагностика и коррекция эмоционально-волевой сферы детей из неблагополучных семей: дис. канд. псих. наук: 19.00.07 – Москва, 2002.
2. Галагузова Г.Н. Социальная педагогика: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС; Москва; 2008
3. Кирпаль А.В. Психолого-педагогические условия развития адаптивных ресурсов подростков из неблагополучных семей: дис. канд. псих. наук: 19.00.07 – Ставрополь, 2009.
4. Москаленко Г.В. Особенности социально-психологического функционирования подростков из семей с алкогольной зависимостью: дис. канд. псих. наук: 19.00.04 – Санкт-Петербург, 2012.
5. Целуйко В.М. Психология неблагополучной семьи. - М.: Изд-во ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003.
6. Шульга Т.И., Олиференко, Л.Я. Психологические основы работы с детьми группы риска в учреждениях социальной помощи и поддержки. Прикладная психология и психоанализ / Л.Я. Олиференко [и др.]. – СПб. Нев. Диалект, 1998.

ПРЕОДОЛЕНИЕ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ БАРЬЕРОВ В ИНОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ У ПОДРОСТКОВ

Быкова Е.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В процессе обучения иностранному языку подростков педагоги нередко сталкиваются с проблемой снижения уровня мотивации, причина которой заключается в наличии у обучающихся психологических барьеров. Ученики могут иметь достаточный словарный запас, успешно оперировать грамматическими структурами для реализации коммуникативной потребности, но при этом испытывать неуверенность и напряженность в ситуациях общения. Игнорирование наличия барьеров учителем приводит к появлению негативного отношения к предмету со стороны подростков. Проблема развития коммуникативных умений подростков приобретает особую значимость в социокультурном отношении на фоне роста межличностной тревожности обучающихся, неспособных преодолеть социальные и психологические барьеры в общении. Решающую роль здесь играет степень овладения учителем технологией педагогического общения.

Эффективности решения задач обучения и воспитания способствует правильно организованный процесс общения с обучающимися. Обратимся к рассмотрению понятия «педагогическое общение». В соответствии с определением А.А. Леонтьева, под педагогическим общением понимается «общение преподавателя с учащимися на уроке или вне его (в процессах обучения и воспитания), имеющее определенные педагогические функции и направленное (если оно полноценное и оптимальное) на создание благоприятного психологического климата, а также на другого рода психологическую оптимизацию учебной деятельности и отношений между педагогом и учащимися и внутри ученического коллектива» [3]. В свою очередь, многие серьёзные затруднения в педагогическом взаимодействии

возникают из-за неумения учителя правильно организовать общение с учениками, в особенности, с обучающимися подросткового возраста.

У обучающихся подросткового возраста в процессе общения проявляются черты детства и черты, во многом присущие юности, но еще находящиеся в стадии становления и развития. Это является основанием характеризовать подростка одновременно как полуребенка и полувзрослого. Как полувзрослый, он ощущает быстрый рост физических сил и духовных потребностей; как полуребенок, он еще ограничен своими возможностями и опытом, чтобы удовлетворить все возникающие запросы. Этим объясняется сложность и противоречивость характера, поведения и развития подростков, что дает основание считать этот возраст в определенной мере трудным для эффективной реализации технологии педагогического общения.

Психологические особенности подростков и способы взаимодействия педагога, учитывающего данные особенности, могут быть представлены в следующей таблице:

Таблица 1

Психологические особенности подростков	Поведение подростка	Действия педагога
Чувствительность к мнению окружающих по поводу внешности, знаний, способностей	Подростки становятся обидчивы. Они предпочитают лучше ничего не сказать, чем сказать и ошибиться. Они хотят выглядеть лучше всех и производить выгодное впечатление	Избегать оценок, говорить о себе и своих чувствах по поводу поведения подростка. Принимать подростка таким, какой он есть. Давать возможность высказаться каждому. Поддерживать инициативу.

Стремление к эмансипации, освобождению из-под контроля, опеки взрослых, внешнее бунтарство, демонстративность	Нарушение дисциплины на занятиях, демонстративное нарушение правил, обсуждение слов или поступков учителя	Использовать демократический стиль руководства. Давать право свободно высказывать свои мысли, говорить о чувствах. Занять равную позицию по отношению ко всем обучающимся. Отказаться от менторского тона, запретов, нотаций
Потребность в доверительном общении	Потребность в уважении высказанного мнения. Желание быть услышанными. Нетерпимость к тому, чтобы их перебивали или не дослушивали	Общаться на равных, но не допускать панибратства. Обращаться лично к каждому. Придерживаться правил групповой работы на занятиях
Потребность в общении и дружбе, страх быть отвергнутым	Часто избегают общения из страха «не понравиться», что приводит к отсутствию глубоких межличностных отношений.	Поощрять, способствовать неформальному общению между подростками. Поддерживать, подбадривать неуверенных в себе.

		Организовывать дискуссии на нравственные темы
Стремление быть принятым в своей социальной роли и статусе, потребность в идентификации со сверстниками, обладающими значимыми качествами (референтной группой)	Может быть ярко выражено стремление к эпатажности, приукрашиванию своих «подвигов», как социально - приемлемых, так и наоборот. Могут не выражать свое мнение, если оно расходится с мнением группы. Болезненное восприятие потери авторитета в группе	Предлагать домашние задания, требующие взаимодействия. Если реальные или надуманные различия (социальный статус, статус подростковой культуры, возраст и др.) начинают мешать работе, необходимо обсудить эту проблему с группой. Если формируются «могучие кучки» (вокруг деструктивного лидера) разбивать их на пары в групповой работе
Склонность к риску, острым ощущениям	Не умеют адекватно распределять свои силы. Не думают о своей безопасности.	Использовать упражнения, направленные на отработку навыков адекватного реагирования в трудных ситуациях общения и в ситуациях снятия стресса.

		Демонстрировать уверенное, спокойное поведение
Подверженность влиянию со стороны сверстников	Боязнь твердо выразить свое мнение и оказаться «белой вороной». Могут не иметь своего мнения и не обладать навыками самостоятельного принятия решений	Использовать ролевые игры, направленные на выработку навыков принятия самостоятельных решений и умения сказать «нет». Поощрять желание подростков делиться со своими сверстниками полученным опытом
Низкая устойчивость к стрессам	Могут действовать необдуманно, вести себя неадекватно	Проводить дискуссии о способах реагирования в стрессовых ситуациях

Психологический барьер возникает как следствие психологической защиты от неприятных эмоций и переживаний при демонстрации учителем собственной нетерпимости и предвзятого, негативного отношения к ученику. Это может быть сугубо психологический барьер, выделенный М.А. Викулиной [1], в основе которого лежат страх и неуверенность ученика, препятствующие развитию свободного общения с учителем, а также следующие психологические барьеры общения: барьеры отрицательных эмоций; восприятия; взаимопонимания.

Таким образом, преодоление барьеров в общении становится возможным благодаря использованию педагогом позиции «мы» на всех стадиях общения, принятию индивидуально-психологических особенностей подростков, учету индивидуального пространства общения учеников.

Развитие коммуникативных умений обучающихся подросткового возраста обеспечивается правильно выбранным стилем педагогического общения, своевременным преодолением психологических барьеров с учетом возрастных и индивидуальных особенностей учеников. Эффективному преодолению барьеров способствует обучение иностранному языку подростков с позиций личностно-гуманного подхода. Ученик должен чувствовать веру в свои способности, радость за его успехи, требование идти вперед. При неудачах необходимо помочь школьнику осмыслить их, оценить их как временные трудности, которые можно преодолеть, увидеть пути своего дальнейшего продвижения и успеха.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Викулина М.А. Педагогические технологии [Текст] : хрестоматия : [в 2 ч.] / Федер. агентство по образованию, Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования «Нижегор. гос. лингвист. ун-т им. Н. А. Добролюбова», Набережночелн. фил. - Набережные Челны: НФ ГОУ ВПО НГЛУ, 2009 - . Ч. 1. - 2009. - 175 с.
2. Исаева Н.Н. Барьеры в иноязычной коммуникации и способы их преодоления/ Ред. колл.: М.Н. Левченко (отв. ред.) и др. – М. : ИИУ МГОУ, 2015. – 164 с.
3. Леонтьев А.А. Педагогическое общение. 2-е изд., перераб. и доп. М. Нальчик Изд. Центр «Эль-Фа» 1996.-92 с.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕЖДУ ИНДИВИДАМИ В СФЕРЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Горячкин В.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность проблемы взаимодействия между индивидами в сфере цифровой экономики обусловлена всё более нарастающим и почти неконтролируемым потоком цифровой информации. Скорость информатизации общества и проявление различных составляющих этого

процесса находятся в органической зависимости от социального климата, в которой протекает процесс информатизации. И.С. Мелюхин считает, что на процесс формирования основ нового типа общества большое воздействие оказывают преобразования и в экономике [2], ведь нужно «идти в ногу со временем». Поэтому проблема исследования психологических особенностей взаимодействия между индивидами в эпоху цифровой экономики является актуальной, так как общество должно создать материально-экономическую и психологическую среду, обеспечивающую своим членам возможность своевременного получения и использования полезной и достоверной информации.

Цифровая экономика позволяет и реализует торговлю товарами и услугами при помощи электронной торговли посредством интернет. Цифровая экономика имеет ряд отличительных особенностей от реальной экономики. Основными из них являются: виртуальность цифровой экономики (существование возможно только в виртуальном мире), зависимость от телекоммуникационных сетей (ключевое отличие, так как при исчезновении телекоммуникационных сетей цифровая экономика становится невозможной, потому что на ее базе строятся все формы виртуальной хозяйственной деятельности), высокие темпы роста (интернет предоставил возможность более доступного предоставления товаров и услуг, соответственно, это привело к востребованию продуктов и росту развития цифровой экономики), а также использование электронных денег.

В связи с большими темпами роста развития цифровой экономики потребители не успевают приспособиться к новым условиям получения товаров или услуг. Поэтому появляются новые виды финансового мошенничества. Теперь, чтобы завладеть чужими средствами не нужно идти на прямой контакт с «жертвой». Достаточно правильно использовать технические устройства, информационные технологии в сочетании с приемами социальной инженерии. В связи с этим люди начинают скептически относиться к новым видам продажи товаров и услуг, потому что

ожидают обмана и мошенничества. Поэтому перед нами как исследователями стоит задача изучения психологических аспектов взаимодействия покупателя и продавца в сфере цифровой экономики, а также повышение цифровой безопасности посредством использования психологических приемов в общении с людьми.

Интернет позволяет упростить процесс приобретения товаров и услуг, а также предоставляет пользователям возможность реализовать свои амбиции и заработать капитал при минимальных вложениях [1]. Обычным пользователям интернет-пространство помогает в выборе товаров (интернет-магазины), получении информации (новости), в поиске друзей (социальные сети), в обучении (онлайн-курсы) и т.д. Интернет предоставляет возможность реализации практически всех прав и свобод в сфере экономических отношений, поэтому появляются разные виды мошенничества. Одним из первых видов интернет – мошенничества является финансовая пирамида. В.Ю. Белицкий определяет финансовую пирамиду как преступление, способом которого является привлечением финансовых средств с инвесторов с созданием иллюзии обоснованности инвестиционной деятельности и обещанием быстрого обогащения [4]. В финансовой пирамиде основная цель – привлечь как можно больше вкладчиков. Психология инвестирования в финансовые пирамиды заключается в воздействии на подсознание людей на уровне символических образов. Эти образы могут быть простыми словами, которые не несут никакой смысловой нагрузки. Однако на подсознательном уровне они вселяют чувство уверенности в своих силах, а также пробуждают такой инстинкт, как жадность.

Еще один непременный элемент предпринимательской аферы — гарантия того, что жертве не придется прилагать много усилий для выполнения поставленной перед ним задачи. Этот способ психологически расслабляет людей, внушая им, что можно заработать большие суммы денег, не прилагая больших усилий. Психологическое воздействие на подсознание людей, находясь в котором они не могут в полной мере осознавать

последствия своих действий и руководить ими, определяет его высокую эффективность. Незащищенность значительной части людей от приемов манипуляции позволяет сделать вывод о необходимости разработки как действенного социального механизма контроля психологического воздействия, так и актуализации психологических механизмов защиты от подобного воздействия.

Несмотря на большое количество мошенничества в Интернете люди научились распознавать качественные сервисы продажи товаров и услуг, которым можно доверять. В связи с этим с каждым годом сфера экономики в Интернете динамично развивается, и растет интерес пользователей и участников рынка традиционной торговли к новому виду ведения бизнеса. Основным фактором успешного ведения предпринимательской деятельности в интернете является обоюдное доверие покупателя и продавца.

Феномен доверия в коммуникации был изучен достаточно детально такими учеными как А. Б. Купрейченко, Н. Луман, Р.Б. Шо. Тем не менее, в Сети результаты исследований доверия менее значительны. Также стоит учитывать, что Интернет-пространство является развивающейся и однородной [5]. К примеру, для обеспечения обоюдного доверия нужно со стороны продавца осуществлять своевременную доставку и качественное обслуживание, а со стороны клиента – своевременную оплату товара или услуги. При просмотре рекламных объявлений клиента могут заинтересовать конкретные продукты или предложения. Прежде чем клиенты задумаются о покупке, им потребуется дополнительная информация. Когда у клиентов накапливается достаточно информации, они сравнивают товары или услуги у других продавцов, поэтому именно на этапе поиска дополнительной информации нужно успеть «зацепить» клиента. Чтобы заинтересовать покупкой, нужно хорошо организовать структуру веб-сайта, сделать привлекательный дизайн, а также добавить ненавязчивые всплывающие окна. Суть таких окон заключается в том, чтобы предложить помощь в выборе товара либо услуги, а также другие вопросы, которые касаются

работы компании. Постиндустриальное поведение станет более важным после покупки в Интернете. У потребителей иногда возникают проблемы: проблемы с продуктом или желание изменить или вернуть продукт, который они купили. Таким образом, услуги по возврату и обмену становятся более важными на этом этапе.

Самая главная проблема получения доверия со стороны продавца – это определенные риски потребителей. Исходный риск присутствует во время поиска информации, поскольку сторонние веб-сайты могут предоставить ошибочные представления о товаре. Некоторые интернет-платформы требуют, чтобы клиенты регистрировались на их сервисах, чтобы получить информацию либо задать вопрос о товаре [6]. Из-за характера онлайн-покупок клиенты рискуют, так как они не могут изучить продукт перед покупкой. Также определенный риск присутствует в процессе оплаты, потому что им может потребоваться предоставить личную информацию, включая номер своей кредитной карты. Проблема безопасности не останавливается на этой стадии, ведь после успешной покупки возможно использование личной информации в корыстных целях.

Для того чтобы повысить конверсию своего бизнеса в сети интернет, предприниматель должен использовать разные психологические приемы в общении с клиентами, а также должен воздействовать на подсознание людей, чтобы внушить им доверительное отношение. Исследования показывают, что большинство людей предпочитают интернет магазины, потому что он открыт для них круглосуточно. Заказы можно делать в любое удобное время, а также не нужно ждать очереди для покупки. Для повышения доверия потребителей большинство компаний делают онлайн-обслуживание, чтобы клиенты могли задавать вопросы и получать необходимую поддержку или помощь. Таким образом, компания обеспечивает удобство для потребителей.

Для обратной связи компании включает в свои сервисы систему отзывов и обзоров на товар. Новые клиенты могут получить больше

информации, воспользовавшись не только сторонними веб-сайтами, но и отзывами других клиентов.

Но присутствуют также и факторы, мешающие потребителям совершить онлайн-покупку, основываясь на рисках такой сделки. Интернет-доверие – одна из самых важных проблем, которые влияют на успех или неудачу интернет-магазинов. Безопасность вызывает большую озабоченность клиентов, ведь они ожидают обмана со стороны интернет-магазинов, а также мошенничества и махинаций с их личными данными и кредитной картой. Также отталкивающим фактором является неосязаемость онлайн-продукта. Некоторые клиенты считают, что информация о продукте, представленная на веб-сайте, недостаточная для принятия решений. Поэтому интернет-покупатели боятся быть разочарованными в качестве товара, если информация о продукте не будет соответствовать их ожиданиям.

Высокие темпы роста развития цифровой экономики оказывает колоссальное воздействие на мировую экономику. Количество вовлеченных пользователей в этот процесс с каждым годом неуклонно возрастает. В связи с этим возрастает и ответственность компаний перед потребителями в сфере продаж товаров и услуг. Несмотря на возрастание удовлетворенности современных потребителей в качестве продукта и скорости реализации доставки, некоторые из них все равно чувствуют себя некомфортно, чтобы покупать онлайн. Основной причиной является отсутствие доверия в связи с параллельным возрастанием появления мошенников в сети Интернет. Пользователи боятся быть обманутыми, поэтому с опаской совершают покупки в интернете. Чтобы устранить эту проблему, необходимо, в первую очередь, корректировать законодательство с целью ужесточения мер по пресечению мошенничества в интернете. Тогда будет создана безопасная материально-экономическая среда, обеспечивающая доверительные взаимоотношения между индивидами (покупателем и продавцом) в цифровой экономике.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Шкляр Т.Л. Особенности поведения потребителя в условиях цифровой экономики / Т. Л. Шкляр, А. В. Попова, С. С. Горохова // Креативная экономика. – 2019. – Том 13. – № 3. – С. 505-516. – doi: 10.18334/ce.13.3.39934. - URL: https://creativeconomy.ru/lib/39934.

2. Мелюхин И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. - М.: Изд-во МГУ. - 1999.

3. Соболев В.В. Психология инвестирования в финансовые пирамиды / В.В. Соболев. – URL : https://www.b17.ru/blog/100007.

4. Горловская И. Г. Финансовые пирамиды. Понятие, признаки, проблемы / И.Г. Горловская, И.И. Гимадиева – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/finansovye-piramidy-ponyatie-priznaki-problemy

5. Лепехин Н. Н. Доверие к виртуальной идентичности в Интернет-среде / Н. Н. Лепехин, А. В. Дубко – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/doverie-k-virtualnoy-identichnosti-v-internet-srede/

6. Cheng Lu Wang Онлайн поведение покупателей: влияние на решение интернет-магазинов // – URL: https://swsu.ru/sbornik-statey/onlayn-povedenie-pokupateley-vliyanie-na-reshenie-internet-magazinov.php

7. Василенко Н.В. Цифровая экономика: концепции и реальность. Инновационные кластеры в цифровой экономике: теория и практика. Труды VIII научно-практической конференции с международным участием. Под редакцией А.В. Бабкина.

8. Научная электронная библиотека eLIBRARY [Электронный ресурс]. URL: http://elibrary.ru/defaultx.asp (дата обращения: 28.11.2020).

9. Шнепс-Шнеппе М. А. Цифровая экономика: телекоммуникации – решающее звено / М. А. Шнепс-Шнеппе, Д. Е. Намиот. – М. : Горячая Линия – Телеком, 2018. – 150 с. - КОД (ISBN): 978-5-9912-0743-0.

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ОСНОВ КОМАНДООБРАЗОВАНИЯ

Есис П.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность данной проблемы в первую очередь обусловлена тем, что множество отечественных предприятий, в условиях современного экономического и социального положения общества оказались не подготовлены к масштабным инновационным изменениям, которые происходят как в России, так и за рубежом. Усложняющиеся и возрастающие кризисные явления многих аспектов жизни, жесткая и периодически «не здоровая» конкуренция, отсутствие стабильности – все это факторы, приводящие к глобальным нарушениям внешних и внутренних межорганизационных связей, а также нарушениям механизмов работы организации. Именно в данных условиях увеличивается потребность такой реструктуризации множества организаций, которая привела бы их к устойчивому развитию и росту. Исходя из данных параметров, можно сделать вывод, что в данной ситуации наиболее перспективным вариантом для управления организациями, является применение командного подхода. Только хорошо выстроенная и структурированная команда может ставить важные внутренние и внешние стратегические цели и задачи, и, что немало важно, добиваться их эффективного решения в кротчайшие сроки.

В настоящее время вопросам построения, развития и формирования сильной команды уделяется все больше внимания и времени со стороны различных структур, таких как: управленческое консультирование, социальная психология, менеджмент и др. На первый взгляд, это говорит о постоянно увеличивающейся популярности применения в управлении организациями именно командного подхода. Однако, с другой стороны, множество разноплановых исследований приводит к дезинтеграции

теоретических и методологических основ командообразования. Сейчас существует множество точек зрения по поводу таких понятий, как: «команда», «коллектив», «малая группа», что свидетельствует об отсутствии единого подхода к процессу командообразования.

1. Понятие команды в социальной психологии

Команда – небольшое количество людей, обладающих взаимодополняющими умениями, которые собраны для совместного решения стратегических задач в целях повышения производительности труда, а также ведущих свою совместную деятельность в соответствии с теми подходами, посредством которых они поддерживают взаимную ответственность.

Группа – это объединение людей по какому-то общему признаку, необходимому в данной системе анализа для целей статистического учета и научных исследований.

Реальные группы – это объединения людей, в которых имеет место единство деятельности, обстоятельств, условий, признаков и т.д. Группы могут быть большими и малыми (контактными), в которых возможен непосредственный контракт каждого с каждым.

Одним из предметов социальной психологии является изучение психологических явлений, возникающих в процессе общения и взаимодействия людей в малых группах и характеризующих не отдельных индивидов, а взаимоотношения и взаимосвязи между данными индивидами, между индивидами и группой, а также саму малую группу как целостный механизм.

Малые группы – это два или более лиц, которые взаимодействуют между собой таким образом, что каждое лицо оказывает влияние на остальных

членов группы и, одновременно находится под их же влиянием.

Количественные признаки команды, а также верхние и нижние границы на прямую зависят от качественных признаков малой группы. К основным таким признаками относятся:

- контактность — возможность каждого из членов группы осуществлять регулярное общение друг с другом, воспринимать и давать оценку друг другу, обмениваться информацией, взаимными оценками и взаимодействиями.
- целостность — психологическая и социальная обобщенность лиц, входящих в группу, которая позволяет воспринимать их как единое целое.

Нижней количественной границей малой группы большинство исследователей считает трех человек, так как в группе всего с двумя членами все социально-психологические процессы протекают другим (особым) образом.

Верхняя граница зависит от качественных признаков и в большинстве случаев не превышает число 20-30 человек.

Приемлемый размер малой группы обуславливается характером совместно выполняемой деятельности и располагается в промежутке 5-12 человек. В тех группах, у которых размер меньше, вероятнее всего возникает явление социального пресыщения, а группы с большим размером легко могут распасться на более мелкие, в которых члены будут связаны между собой более тесными взаимоотношениями. В связи с этим среди малых групп принято выделять: первичные группы – меньшие по размеру, далее не делимые общности; вторичные группы – представляющие единые общности, но при этом включающие в себя несколько первичных групп.

Также малые группы делятся на формальные и неформальные:

1. По признаку выполнения общественно значимой работы малой группой выделяется новое понятие: «трудовой коллектив». Трудовой коллектив – это рабочая группа, которая достигла внушительного уровня сплоченности и действует, как новая система-общность, сочетающая в себе преимущества формальных и неформальных групп.

2. Эффективная командная деятельность

Построение и развитие команд вполне естественно и неминуемо, так как: в первую очередь – их формируют лидеры для реализации каких-либо

работ (проектных, производственных и т.д.), при этом, цель, ставящаяся для команды не всегда может быть осознана всеми ее членами; во вторую очередь – иногда команды формируются самими людьми – спонтанно, для защиты своих интересов (политические партии, профсоюзы и т.д.); в третью очередь – некоторые свои потребности люди смогут удовлетворить только находясь в рамках какой-либо команды.

Эффективность команды – есть реализация целей, а также удовлетворение, которое испытывают члены команды от принадлежности к ней.

Эффективная командная деятельность может достигаться только при реализации следующих условий:

- все участники команды принимают и поддерживают основные ценности своего объединения;
- осуществляется грамотное распределение ролей, которое соответствует профессиональным и личным компетенциям членов команды;
- внутреннее устройство команды дает возможность адаптироваться к изменчивым условиям внешней среды, а также растить своих приемников.

Основополагающим принципом в работе по созданию эффективной команды служит системный подход:

- принцип основополагающих ценностей – все члены команды разделяют желание подчинять личные цели общему делу;
- принцип гармонии - распределение ролей, которое соответствует профессиональным и личным компетенциям членов команды, умение эффективного разрешения конфликтов;
- принцип доверия – участники команды честны и открыты друг к другу, осуществляется открытый доступ к необходимой для достижения качественного результата информации;

- принцип равноправия – участники команды находятся в подчинении единой системы правил и норм, располагают равными правами, в том числе и на высказывание своего личного мнения;
- принцип адаптивности – перетасовка ролей, в том числе и замена руководства, чувствительная к изменчивым внешним условиям, а также подготовка приемников;
- принцип дополняемости – сильные стороны одних участников команды компенсируют слабые черты других по одному и тому же аспекту.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Безрукова Е.Ю., Блинова Ю.В., Лямин А.В., Жуков Ю.М. Командообразование в режиме реального времени //Справочник кадровика. 2002.
2. Варламов А. Командообразование или мысли о командном строительстве. // Менеджмент в России и за рубежом. - 2004. - №9.
3. Меньшова В.Н. Формирование профессиональной команды. - Новосибирск: СибАГС, 2003.
4. Пригожин А.И. Методы развития организаций. - М.: МЦФЭР, 2003. - 864 с.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМЫ ВОСПРИЯТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Зиняков Ю.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время мировая экономика в целом, и российская в частности, сталкиваются с серьёзными вызовами в лице пандемии коронавируса, развития технологий, перехода к «зеленой» энергетике. Поэтому вопрос об экономическом развитии и его факторах представляется достаточно важным. Процесс экономического развития является перманентным, затрагивает всё население нашей планеты и находится в фокусе современных социальных наук, в первую очередь — экономики. В

последние десятилетия вышли работы таких исследователей, как Д. Норт, Д. Мокир, Д. Макклоски, Д. Лал, Э. Райнерт, Г. Кларк и др., посвященные данному вопросу.

Описывая историю человечества, экономисты часто делят её на «до» и «после» начала современного экономического роста, которое условно датируется 1800г. В течение предшествующих 2000 лет человек жил в среднем на сумму эквивалентную $3 в день. В последующие же 200 лет благосостояние в среднем увеличилось до $33 в день. Д. Макклоски удачно называет этот феномен «Великим обогащением» [1, с. 206].

Стоит заметить, что Великое обогащение было достигнуто в рамках капиталистического общества. Д. Макклоски приводит данное Й. Шумпетером определение капитализма, которое звучит как «Общество называется капиталистическим, если оно доверяет руководить экономическим процессом частным бизнесменам» [1, с. 227].

Данное определение как нельзя лучше демонстрирует роль предпринимательства в экономическом развитии. Фактически, мы можем сказать, что развитие предпринимательства во многом тождественно экономическому развитию.

Актуальность проблемы восприятия предпринимательства обусловлена тем, что предприниматель не живет в вакууме, важную роль играет то, как общество воспринимает предпринимательскую деятельность. Идеи и общественное мнение являются одними из важнейших факторов, которые определяют развитие предпринимательства, а значит и экономическое развитие общества в целом.

Целью данной работы является рассмотреть проблему влияния общественного мнения на экономическое развитие, приведя концепции различных исследователей, и проанализировать с этой точки зрения экономическую ситуацию в Российской Федерации.

Одним из первых отметил влияние идей на экономическое развитие Макс Вебер. В своей знаменитой работе «Протестантская этика и дух

капитализма» он отмечает роль протестантизма в формировании ценностей, способствовавших капиталистическому развитию. На современном этапе данный подход представляется несовершенным. [2, с.194]. Однако данная работа, будучи новаторской, во многом открыла путь к дальнейшему обсуждению данного вопроса.

Влияние идей на развитие экономии отмечал и Людвиг фон Мизес. Идеи, по мнению Мизеса, порождают экономические условия, определяя развитие [3, с. 136]. Главной причиной Великого обогащения (сам Мизес этот термин не употребляет) он считает моральную атмосферу, которая поощряет бережливость, образование капитала, предпринимательство, бизнес и мирную конкуренцию [4, с. 144]. Именно идеи, общественное мнение и восприятие рассматриваются как ведущие факторы развития экономики.

Интересной также представляется концепция Дейдры Макклоски. Работая в этом же ключе, она предлагает оригинальную интерпретацию влияния идей и общественного мнения на развитие предпринимательства. Д.Макклоски строит систему из семи фундаментальных добродетелей: христианских Веры, Любви и Надежды и языческих Мужества, Благоразумия, Умеренности и Справедливости, производными от которых являются все остальные. Человек же при этом стремится к счастью, которое заключается в добродетельной жизни [5, с. 24-29]. Начало же Великого обогащения она объясняет «Буржуазной переоценкой», которая заключается в изменении двух параметров: достоинства и свободы. Достоинство здесь заключается в уважении обществом деятельности предпринимателя и инноватора, а свобода проявляется в смягчении имеющихся ограничений. Вкупе с идеей эгалитаризма, новыми свободой и достоинством была сформирована новая буржуазная этика, поощряющая экономическое развитие. При этом буржуазная этика по мнению Д.Макклоски лежит в сфере поверхностной риторики, а не фундаментальных культурных установок, и может быть воспринята обществом в достаточно короткие сроки [5, с. 36-40]. Впрочем, из этого же вытекает и опасность изменения риторики в обратную

сторону, что, соответственно, может негативно повлиять на экономическое развитие общества.

Современная институциональная школа в лице, например, Дугласа Норта также подчеркивает важность убеждений в вопросе экономического развития. Убеждения по Д. Норту определяют институты, т.е. «правила игры» [1, с.40]. «Внутренняя взаимосвязь между убеждениями и институтами, проявляющаяся в формальных правилах общества, еще более явно прописана в случае неформальных институтов — норм, конвенций и кодексов поведения» [2, с. 80-81].

Перечисленные концепции позволяют понять нам теоретический аспект влияния идей, царящих в обществе, на развитие экономики. Кроме того, существуют также количественные исследования, позволяющие нам проанализировать и понять конкретную специфику социокультурного портрета того или иного общества и его влияния на экономическое развитие последнего. К примеру, в работе [6] рассматривается и моделируется влияние языкового разнообразия на экономические и политические решения. В работе [7] на основе методик Г. Хофстеде и Р. Инглхарта анализируются социокультурные факторы модернизации и портрет российского инноватора.

Приведенные концепции и исследования позволяют понять влияние социокультурного портрета общества на развитие предпринимательства и экономики в целом. На данном этапе, мы можем с уверенностью сказать, что это влияние достаточно высоко. Указанные количественные исследования дают нам достаточно четкую картину связи этого портрета с экономическим развитием, хотя и не всегда могут ответить на вопрос о доли социокультурных факторов в экономическом росте. Впрочем, это является вопросом дальнейших исследований.

Вместе с тем, по нашему мнению, существует ещё один, в целом тривиальный, инструмент, позволяющий проиллюстрировать данную связь и вести речь о социокультурных ограничениях развития экономики. Это - анализ общественного мнения. Общественное мнение аккумулирует в себе

фундаментальные культурные особенности, ценностную структуру, идеологические и исторические факторы, популярные воззрения, являясь неким агрегированным интегральным показателем, отражающим отношение конкретного общества с конкретным набором социокультурных характеристик к конкретной проблеме. Другими словами, отражает реакцию социокультурной единицы на конкретный факт.

Данный инструмент позволяет провести первичный индикативный анализ ситуации и получить ответ на вопрос: «Как у нас обстоят дела с (в нашем случае) восприятием предпринимательской деятельности?». Анализ причинности и роли каждого из факторов, приведших к конкретному ответу на данный вопрос, лежит за рамками данной работы, а также был частично приведен выше в обзоре концепций и исследований, посвященных рассматриваемому вопросу.

Данные исследования [8] показывают, что 89% опрошенных положительно относятся к предпринимателям. При этом 62% опрошенных заявляют о невозможности на сегодняшний день вести в России честный бизнес. Среди главных трудностей отмечаются высокие налоги, бюрократия, большие затраты и коррупция. Порядка 63% опрошенных не хотят иметь собственный бизнес. Схожие по смыслу результаты показывают исследования [9] и [10].

Кроме того, существуют межстрановые данные, позволяющие сравнить восприятие предпринимательской деятельности в России и за рубежом. Так, согласно исследованию [11], менее 30% россиян оценивают возможности открыть новый бизнес как хорошие, что соответствует 22 результату среди приведенных 23 стран Европы и Северной Америки. Легким открытие нового бизнеса считают чуть более 30% россиян, что также соответствует 22 месту из 23 исследуемых стран. При этом только порядка 35% россиян считают, что имеют необходимые знания, навыки и опыт для открытия бизнеса, что вновь соответствует 22 месту из 23 стран.

Как видно из приведенных исследований, подавляющее большинство россиян положительно относится к предпринимателям и предпринимательству, однако негативно оценивают условия для ведения предпринимательской деятельности и собственную возможность создания бизнеса.

Таким образом, восприятие предпринимательства является одним из существенных факторов экономического развития. Применительно к России мы можем говорить о высоком уровне одобрения предпринимательства и предпринимателей, однако об отрицательной оценке условий ведения бизнеса и низкой заинтересованности в том, чтобы начать собственное дело, что блокирует развитие частного предпринимательства. Исходя из этого мы можем вывести нормативное суждение о том, что нам необходимо принять меры для улучшения оценки условий ведения бизнеса и заинтересованности граждан в открытии своего дела. Это позволит снять соответствующие ограничения для развития предпринимательства и экономического развития страны в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. О развитии и отсталости: как экономисты объясняют историю? / Андрей Заостровцев. — СПб. : Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2014. — 248 с.
2. Норт Д. Понимание процесса экономических изменений [Текст] / пер. с англ. К. Мартынова, Н.Эдельмана; Гос. ун-т—Высшая школа экономики. — М.: Изд. дом Гос. ун-та—Высшей школы экономики, 2010.— 256 с.
3. Людвиг фон Мизес. Теория и история: Интерпретация социально-экономической эволюции / Пер. с англ. под ред. проф. А.Г. Грязновой. — М.. ЮНИТИ-ДАНА, 2001. — 295 с.
4. Всемогущее правительство: Тотальное государство и тотальная война / Людвиг фон Мизес ; пер. с англ. К. Г. Пинскера под. ред. А. В. Куряева ; комментарии В. В. Кизилова. — Челябинск: Социум, 2006. — xii + 466 с.
5. Бакеев М.Б. Дейдра Макклоски: риторика экономического развития: Научный доклад. М.: Институт экономики РАН, 2018. – 52 с.

6. Языковое разнообразие и его влияние на экономические и политические решения. Вебер Ш., Габжевич Дж., Гинзбург В., Савватеев А.В., Филатов А.Ю. Журнал новой экономической ассоциации. 2009. № 3-4 (3-4). С. 28-53. URL: http://journal.econorus.org/jarchive.phtml (дата обращения: 29.11.2020)
7. Долгосрочная экономическая динамика: роль неформальных институтов. Аузан А.А., Никишина Е.Н. Журнал экономической теории. 2013. № 4. С. 48-57. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=20926561 (дата обращения: 29.11.2020)
8. Предпринимательство в России: отношение россиян, барьеры URL:https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/predprinimatelstvo-v-rossii-otnoshenie-rossiyan-barery (дата обращения: 29.11.2020)
9. Условия для предпринимательства в России URL:https://fom.ru/Ekonomika/14237 (дата обращения: 29.11.2020)
10. Д. Волков, С. Гончаров, М. Снеговая. Как заниматься бизнесом в России. Исследование «Левада-центра», 18 марта 2020. URL:https://www.levada.ru/2020/03/18/kak-zanimatsya-biznesom-v-rossii/ (дата обращения: 29.11.2020)
11. Глобальный отчет GEM 2019 / 2020 URL:https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report (дата обращения: 29.11.2020)

АКТУАЛЬНОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ В ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Корчагина А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Что такое психологическое благополучие? Зачем его исследовать? Какую роль оно играет в трудовой деятельности? Всеми этими вопросами стоит задаться, когда возникает вопрос об актуальности исследования данного явления. К. Рифф, М. Селигман, М. Аргайл, Р. Эммонс, Н.К. Бахарева, Н. Брэдберн, Э. Динер, М.В. Бучацкая, А.В. Воронина, А.Е. Созонтов, П.П. Фесенко и др. – все эти ученые исследуют или в своё время исследовали психологическое благополучие. Всё больше данное понятие

уточняется и утверждаются технологии оценки этого явления. И тот момент, что многие интересуются понятием «психологическое благополучие» уже говорит об актуальности исследования этого понятия.

Базу понимания теории психологического благополучия заложил Н. Брэдберн. Он считает, что рассматривать это понятие необходимо с точки зрения определения состояния счастья и несчастья, а также субъективного ощущения удовлетворенностью жизни. «Шкала баланса аффектов» автором которой является Н. Брэдберн периодически используется в изучении психологического благополучия в разных его аспектах.

Н. Брэдберн обратил внимание на корреляцию социальных факторов и психологического благополучия. Его исследование показало, что люди с высоким материальным положением с большей вероятностью имеют высокий уровень психологического благополучия, в то же время, исследование выявило отсутствие обратной взаимосвязи, благодаря чему Н. Брэдберн сделал вывод, что «деньги могут увеличить чувство радости, но не могут уменьшить чувство горя»[1].

В современном мире, все более популярным становится самопознание и исследование себя как личности. Об этом говорят социальные сети, повышение спроса на курсы личностного роста и увеличение спроса на психологические консультации. Интернет дал возможность людям видеть другие способы построения своей жизни, вместо классического школа, Вуз, работа, семья, ипотека. Возможность наблюдать друг за другом в социальных сетях расширяет кругозор и демонстрирует что можно жить «не так как все», работать на интересной и необычной работе, жить в любой точке мира, зарабатывать нестандартные деньги и не работать с 9 до 18. Все мы являемся продуктами системы. В Советском союзе каждому человеку показывали картину, как жить правильно, и чтобы соответствовать требованиям общества и быть «принятым» основное время люди тратили на достижение «идеала». Коронавирус и самоизоляция поместили людей в свой маленький мир, в семью или в одиночество на большой период времени.

Межличностные и внутриличностные конфликты обострились и большинство людей пошли в решение данных вопросов. Сейчас, появилось время обдумать и создать свой идеал жизни, а значит и задуматься над своим психологическим благополучием.

Все больше людей стремится к созданию себя как личности, это доказывает практически мгновенно выросший и миллиарды долларов – рынок онлайн образования. Многочисленные курсы, семинары, марафоны стали доступнее. Вы можете стать кем угодно имея доступ в интернет и пару часов свободного времени в день. Благодаря открытию все больших возможностей многие крупные компании, стали внимательнее относится к психологическому благополучию своих сотрудников. Цель компаний изменилась. Ранее достаточно было просто нанять, отработать и выбросить человеческий ресурс, а сейчас сотрудники в большинстве своём не будут терпеть начальника «самодура», маленькую зарплату, отсутствие обучения и множество факторов, влияющих на их психологическое благополучие.

Как заметил в своих исследованиях Э. Динер существует «субъективное благополучие». Он выделяет три составляющих: удовлетворение, приятные эмоции и неприятные эмоции. Эти составляющие говорят о когнитивной (оценка интелектом удовлетворенности различными сферами жизни) и эмоциональной (наличие хорошего или плохого настроения) сторонах самопринятия. Выводом из исследования служит соответствие уровня субъективного благополучия уровню счастья человека.

Практически каждый человек субъективно оценивает свой уровень психологического благополучия. Даже ответ на вопрос «как дела?» говорит нам о положительном или отрицательном уровне «субъективного благополучия». Мысль исследовать данное понятие на сотрудниках возникла из 7ми летнего стажа работы руководителем отдела продаж. Работая с людьми, в основном в возрасте от 20 до 35 лет ежедневно мотивируя их на работу, обучая и помогая дойти до цели в голову пришла мысль о том, что даёт им работа. Ведь выявляя мотиваторы к работе – выяснилось, что далеко

не у всех на первом месте стоит заработная плата. У многих одними из ведущих мотиваторов являются адекватность и объективность руководителя, хороший климат в коллективе, корпоративная культура, интересная работа, прозрачная система повышения по карьерной лестнице. Все эти факторы трудовой деятельности так или иначе являются частью психологического благополучия. А чтобы быть счастливым и полноценным, необходимо быть благополучным во всех сферах жизни, как говорит нам колесо баланса – практика, использующаяся повсеместно. Чтобы оценить уровень психологического благополучия сотрудников я воспользовалась методикой К. Рифф в адаптации и модификации Т.Д. Шевеленкова, П.П. Фесенко [3], опросником «Востребованность личности профессионала» Е.В. Харитоновой [4], опросником «Увлеченность» В. Шауфели, А. Беккер.

В настоящее время всё чаще психологи предпринимают попытки уточнить само понятие психологического благополучия, разрабатываются различные методики и инструменты для измерения психологического благополучия. И всё большее количество людей стремиться себя само идентифицировать, множество научных и околонаучных теорий по классификации людей, которые помогают человеку определиться с вектором развития. Определив свой уровень психологического благополучия в трудовой деятельности индивидум может принять решение об удовлетворенности данным местом работы и принять решение в пользу той или иной трудовой деятельности. Самое важное в данной идентификации комплексный подход и отсутствие однобокости. Проверка себя и своих сотрудников по разным методикам помогает комплексно оценить данное понятие и разработать те или иные мероприятия по улучшению психологического благополучия своих сотрудников.

К чему это приведет? К тому что программы адаптации и обучения персонала будут учитывать личностные мотиваторы и позволят уменьшить текучку кадров, что значительно сэкономит бюджеты компании, ведь на данный момент по расчетам одного из самых популярных порталов в России

«Headhunter» привлечение нового сотрудника в 3 раза дороже, чем удержание и развитие действующих сотрудников. Так же обучение и адаптация, построенные на итогах тестирования сотрудников на уровень психологического благополучия, поможет с неменьшими затратами увеличить продуктивность и вовлеченность в работу действующих сотрудников. А если посмотреть на практику движения сотрудников по карьерной лестнице, руководители с высоким уровнем психологического благополучия выращивают поколение таких же благополучных сотрудников.

Тенденция обращения внимание не только на профессиональные качества, а также и на психологические качества персонала пришла к нам с передового запада. Например, К. Рифф в своих исследованиях ещё в 60х годах прошлого века выявила определенную область переживаний и состояний здоровой личности. Её исследование легло в основу теоретических и практических работ таких психологов, как Н.М. Брадбурна, Э. Динера, К. Рифф, Б.С. Братуся, И.В. Дубовиной и других. Тем неменее подход к исследованию психологического благополучия делится на два типа: гедонистический (от греч. hedone — «наслаждение») и эвдемонистический (от греч. eudaimonia - «счастье, блаженство»). Гедонистический подход говорит о достижении психологического благополучия через удовольствие, не только физическое, а даже больше через удовольствие достижения поставленной цели. При этом эвдемонистический подход, среди авторов которого такие психологи, как Дж. Бюдженталь, А. Маслоу, К. Роджерс, Э. Фромм, Г. Оллпорт, говорит о «полноте самореализации человека в конкретных жизненных условиях и обстоятельствах, нахождение «творческого синтеза» между соответствием запросам социального окружения и развитием собственной индивидуальности». Благодаря разностороннему подходу к изучению психологического благополучия и исследованию его с различных сторон Всемирная организация здравоохранения приняла психическое благополучие в качестве основного понятия для определения здоровья человека. В нём отражается здоровье не

только как понятие физического здоровья и отсутствия физических дефектов, но в том числе и абсолютного психологического и социального показателя здоровья.

Всё вышеперечисленное позволяет нам сделать вывод, что не только психологи, но в том числе и работодатели, крупные компании, а следом за ними средний и малый бизнес всё больше начинают смотреть в сторону психологического благополучия своих сотрудников. Что приводит к улучшению не только самочувствия, самоопределения и самореализации самих сотрудников, но и к улучшению результатов компании, качества сотрудников компании и к уменьшению затрат на человеческий ресурс. Бизнес делают люди, и чтобы бизнес был эффективен, необходимо в современном мире делать больший акцент на сотрудников.

Поэтому тема моей магистерской работы «Факторы трудовой деятельности, влияющие на психологическое благополучие менеджеров по продажам» как никогда актуальна. Построив коллектив, опираясь на данные знания о сотрудниках, компания с наибольшей вероятность и скорее всего быстрее по времени придет к успеху.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Конюхов Н.И. Словарь-справочник по психологии. М. – АСТ, 1996. – 160 с.
2. Братусь Б. С. Психология. Нравственность. Культура. – М.: изд-во МГУ, 1994. – 145 с.
3. Т.Д. Шевеленкова, Т.П. Фесенко. Психологическое благополучие личности. Психологическая диагностика, 2005 г., №3, стр. 95-121.
4. Харитонова Е.В. Проблема профессионально-личностной невостребованности в условиях современного российского предпринимательства, 2007.

ФЕНОМЕН ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ИССЛЕДОВАНИЯХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ПСИХОЛОГОВ

Кривенкова Э.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Ответственность как феномен исследуется довольно длительное время как в России, так и в других странах. Однако, последнее время, она изучается в контексте экономических отношений – как корпоративная ответственность, что делает эти работы односторонними и, по большей части, выходящими из-за пределы психологии. В то же время, ответственность является важным качеством, которое формируется у человека с учетом различных факторов и, в дальнейшим, влияет на различные сферы жизни человека и общества в целом. Ответственность, как качество личности, не представлено в достаточной степени в психологической теории.

Ответственность – это основополагающее качество во многих сферах жизни отдельного человека и общества в целом. Ее можно назвать одним из основополагающих понятий для таких важных общечеловеческих ценностей как свобода и нравственность. Вместе с тем, в психологической теории отсутствует фундаментальное понимание этого феномена, так как нет общепринятой разработанной основы. Наиболее раскрыто определение ответственности с точки зрения философии. В условиях же современного развития общества, для подрастающего поколения все большее значение приобретают личные права на свободу слова, мысль и самовыражение. Однако, обратной стороной этой тенденции является отсутствие чувства ответственности за свои действия перед другими членами общества.

Перейдем к исследованиям советских и российских психологов с середины прошлого века. Советский психологов Константин Константинович Платонов в своей фундаментальной работе «Краткий словарь психологических понятий» дает следующее определение

ответственности: «…это способность личности понимать соответствие результатов своих действий поставленным целям, принятым в обществе или в коллективе нормам, в результате чего возникает чувство сопричастности общему делу, а при несоответствии – чувство невыполненного долга» [1, с. 84-85]. Так, понятие ответственности Платонов называет способностью личности и связывает его с общественными нормами и чувством долга.

Другой психологический словарь, написанный под редакцией советских психологов А.В. Петровского и М.Г. Ярошевского, определяет ответственность как «осуществляемый в различных формах контроль над деятельностью субъекта с точки зрения выполнения им принятых норм и правил [2, с. 224]. Такой смысл данного понятия заключается в его прямой связи с контролем человека за выполнением своих обязанностей, которые принимают форму общественных норм и правил.

Наибольший вклад в создание теории ответственности внес психолог К. Муздыбаев своей работой «Психология ответственности». Он раскрывает понятие ответственности как некий результат объединения всех психологических функций личности, таких как: личностное восприятие окружающей действительности, суждение о собственных возможностях, волевые качества личности. К. Муздыбаев выделил ряд факторов, которые способствуют развитию ответственности: обязательность, точность, справедливость, честность [3]. Также, им был проведен этимологический анализ самого слова «ответственность», в результате которого был сделан вывод о том, что в русском, английском, французском и немецком языках оно имеет прямую связь с долгом и исполнением обязанностей [3, с. 5-9].

Психолог А.В. Филиппов с другими исследователями говорит об ответственности, как результате многих психологических функций личности: познавательной, эмоциональной и поведенческой. Также, они выделяют признаки ответственности, которые проявляются в поведении – пунктуальность, точность, обязательность. По их мнению, человек не будет ответственным, если в нем не развито такое качество как эмпатия. С другой

стороны, в ответственном человеке необходимы развитые волевые качества, такие как: стойкость, терпеливость, настойчивость [4].

Советский психолог Р.С. Немов относит ответственность к коллективистским отношениям и трактует ее «как добровольное принятие членами на себя моральных и других обязательств перед обществом за судьбу каждого человека, независимо от того, является он членом данного коллектива или нет» [5, с. 130].

Рассмотреть ответственность, также, можно с точки зрения различных теорий личности. Например, исходя из ценностно-гуманистического подхода к личности советского и российского психолога К.А. Абудьхановой-Славской, «Ответственность – это главная характеристика личности как субъекта деятельности» [6, с. 305]. Ксения Александровна продолжает развитие идей Рубинштейна, она выводит на первый план в структуре личности именно ответственность. «Ответственность, с точки зрения Рубинштейна, является воплощением истинного, самого глубокого и принципиального отношения к жизни. Под ответственностью он понимал не только осознание всех последствий уже содеянного, но и ответственность за все... упущенное» [7, с. 19].

«Ответственность – это обращенность требований личности к самой себе. Ответственную личность характеризует готовность к преодолению трудностей, независимость от окружающих, их оценок и влияний, способность четко определять свои возможности, достоинства и недостатки» [6, с. 332]. Все это присутствует в человеке, при условии высокого уровня развития социального мышления, а также «способности предвидеть последствия своих действий» [6, с. 332]. Интересным является то, что в современном обществе социально ответственная личность действует, в большей степени, не согласно своим желаниям, а по необходимости. Отсюда следует, что вся мотивация личности базируется на ответственности [7].

Всемирно известный педагог А.С. Макаренко считал, что ответственность является очень важным воспитательным средством, без которого «не может быть настоящей работы» [8, с. 143-144].

Несмотря на то, что полноценным изучением феномена ответственности в зарубежной психологии практически никто не занимался, ответственность является неотъемлемой частью многих теоретических изысканий. Характерной чертой для истории развития прошлого века было «бегство людей от свободы». Эта точка зрения раскрыта в работе известного немецкого психолога и философа Эриха Фромма «Бегство от свободы» с точки зрения бегства людей от ответственности. В ней он описывает феномен, который был распространен в первой половине XX века. В условиях индустриализма и тоталитаризма людей фактически лишали таких важных составляющих как свобода и ответственность. Оказалось, что люди фактически бежали и от свободы, и от ответственности. Для того, чтобы не умереть, и не попасть под репрессию, люди отказывались от свободы [9]. В целом, в экзистенциальной психологии, к которой принадлежит Фромм, а такеже, такие известные личности как Сартр и Франк, ответственность не отделима от свободы.

Известный психолог Карл Роджерс подчеркнул важность ответственности в своем методе «клиент-центрированная терапия»: «развитие чувства ответственности за свою жизнь и понимание себя как априори имеющего свободу выбора» [10, 304].

Такие зарубежные психологи как А. Бандура, Ж. Пиаже и Э. Эриксон смотрели на феномен ответственности с точки зрения морали. Пиаже основывает свои взгляды на объективной ответственности, которая зависит от материального результата действий субъекта.

Наиболее интересным исследованием в области психологии ответственности зарубежными психологами является изучение понятия «локус контроля» Д. Роттера. Локусом контроля называется такая личностная характеристика, которая говорит о склонности субъекта

возлагать ответственность за результаты своей деятельности на внешние (экстернальность) или внутренние (интернальность) факторы. Перекладывание ответственности на внешние факторы или, так называемый, экстернальный локус контроля «соответствует поиску причин поведения вне себя, в своем окружении» [12]. В свою очередь, признание того, что за результаты деятельности ответственность несет сам индивид, говорит о том, что имеет место интернальный локус контроля. [12]. В «Психологической энциклопедии» термин «локус контроля» «служит для обозначения группы субъективных мнений или убеждений относительно связи между поведением и его последствиями в форме наград или наказаний» [13]. Оксфордский толковый словарь по психологии определяет локус контроля для «обозначения воспринимаемого источника управления собственным поведением» [11].

Таким образом, можно говорить о том, что ответственность – это крайне важное профессионально-личностное качество, которое имеет непосредственную связь с такими понятиями как свобода, долг и исполнение обязанностей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Платонов, К.К. Краткий словарь системы психологических понятий: Учеб. Пособие для учеб. заведений профтехобразования. – 2-е изд., перераб. и доп. М.: Высш. Шк., 1984. – 174 с.
2. Краткий психологический словарь / под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – М.: Политиздат, 1985. – 431 с.
3. Муздыбаев К. Психология ответственности: монография. Л.: Наука. Ленинградское отделение, 1983. 240 с.
4. Филиппов, А.В. и др. Производственная социология, психология и педагогика: Учеб. пособие // А.Е. Филиппов, В.К. Липинский, В.Н. Князев. – М.: Высш. шк., 1989. – 256 с.
5. Алтунина, И. Р. Социальная психология: учебник для академического бакалавриата / И. Р. Алтунина, Р. С. Немов. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 409 с.

6. Немов, Р. С. Общая психология в 3 т. Том III в 2 кн. Книга 1. Теории личности: учебник и практикум для вузов / Р. С. Немов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 349 с.

7. Абульханова-Славская, К. А. Стратегия жизни – Издательство «Мысль», 1991. – 160 с.

8. Макаренко, А. С. Методика воспитательной работы. Избранные труды / А. С. Макаренко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 323 с.

9. Фромм, Э. Бегство от свободы – Москва : Издательство АСТ, 2017. – 288 с.

10. Ильин, Г. Л. История психологии : учебник для академического бакалавриата / Г. Л. Ильин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 389 с

11. Oxford English Dictionary. – 2nd edition. – Clarendon Press, 1989. 624 с.

12. Головин С.Ю. Словарь практического психолога. – Минск: Харвест, 1998. – URL.: http://vocabulary.ru/dictionary/25/word/lokus-kontrolja (дата обращения: 21.11.2020 г.)

13. Корсини Р., Ауэрбах А. Психологическая энциклопедия. – СПб.: Питер, 2006. – 1096 с. – URL.: http://vocabulary.ru/dictionary/3/word/lokus-kontrolja (дата обращения: 22.11.2020 г.)

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ АДАПТАЦИИ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ В ВУЗЕ

Медведев Д. А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Успешность обучения иностранных студентов, уровень их профессиональной подготовки в значительной степени зависят от социокультурной адаптации в стране пребывания. Но в отличии от ряда европейских стран, привлекательных для получения образования Россия, несмотря на достаточно высокий уровень качества предоставляемых услуг, представляет большую неоднородность в культурном аспекте ввиду многонациональности общества. Это также прослеживается в различных регионах Российской Федерации. Такая неоднородность без сомнения создаёт определённые сложности для прибывающих на обучение в РФ

иностранных студентов. Проблема социокультурной адаптации иностранных студентов к условиям пребывания весьма актуальна, поскольку экспорт образования, предлагаемый вузами регионов достаточно молод и вузы не обладают достаточно обширным опытам и квалифицированными кадрами для решения данной проблемы. И в первую очередь здесь необходимы специалисты владеющие навыками социальной работы с молодёжью и в частности с иностранной молодёжью. Современная молодёжь – это прежде всего люди, придерживающиеся принципов глобализма и являются достаточно мобильной частью мирового сообщества. Это в том числе диктует определённые требования в отношении организации процессов академической и неакадемической деятельности вузов. В данном случае вузы, ведущие международную деятельность, должны быть готовы к вызовам, предъявляемым к организации студенческого сообщества вузов. Несмотря на достаточно юный возраст организации обучения иностранных студентов, российские вузы достаточно эффективно соперничают с мировыми вузами, а всё больше иностранных граждан выбирают для получения высшего образования Россию. К сожалению не всегда вырабатываемое отношение иностранных студентов к новой социокультурной среде является простым, а процесс интеграции с студенческое сообщество лёгким. Подчас процесс этот имеет кардинально противоположный результат. Как правило, это происходит ввиду либо субъективных причин, когда прибывающие на обучение иностранные граждане не в состоянии пройти процесс адаптации ввиду каких-либо индивидуальных психологических особенностей, либо объективных – когда в вузе отсутствует навык и методика реализации комплекса мероприятий неакадемической деятельности, направленных на гармонизацию процессов социокультурной адаптации. Также очень важно помнить, что подавляющая часть иностранцев, прибывающих для обучения, имеет определённые стереотипы или уже имеющиеся отзывы от своих товарищей о том или ином вузе и в этой связи очень важно, чтобы в вузах присутствовала

диверсифицированная система адаптационной работы с прибывшими студентами. С первых дней имеет важное значение развитие личностного потенциала в аспекте приспособления к новой социокультурной среде, постепенно должны быть устранены стереотипы восприятия новых жизненных условий. Ни в коем случае не должно допускаться создание национальных или региональных анклавов, но при этом должны культивироваться и поощряться различные инициативы, направленные на выражение национальной самоидентификации. Пребывание иностранных студентов в первую очередь должно базироваться на желании, а не на вынужденной необходимости пребывания в вузе. И только процесс плавного и последовательного погружения в социокультурную среду может сыграть очень важную роль т оказать положительное влияние на основную цель пребывания – получение образования и высоких результатов в процессе обучения.

Социальная активность и принципы реализации программ и механизмов социокультурной адаптации должны тщательно изучаться, и на основании данных изучений должны создаваться методические рекомендации для вузов. Это в первую очередь также важно для вузов в аспекте подготовки академических программ для иностранных граждан.

К сожалению в настоящее время высокий уровень имеющейся в российских вузах академической базы не может быть реализован применительно к иностранным студентам, поскольку вузы не в состоянии обеспечить минимальные потребности социокультурной адаптации и это негативный эффект при принятии выбора о том или ином российском вузе. Подчас вузы ограничиваются только предоставлением непосредственно образовательных услуг. Имеющийся же опыт социальной адаптации иностранных студентов и выработанные на его основе практические рекомендации позволят вузам повысить конкурентоспособность международных образовательных услуг, поскольку помимо образования иностранные студенты и родители принимают во внимание уровень

комфортности условий пребывания в вузе, наличие обустроенных общежитий, степень развитости сопровождения иностранных

При всех имеющихся достижениях и наработках в области адаптации иностранных студентов очень важным и основным в первую очередь является психологическое состояние студентов, а точнее систематический контроль по созданию психологически комфортной среды. Как мы понимаем, иностранные студенты, прибывающие в Россию и сталкивающиеся с незнакомой и не всегда дружелюбной средой, как никто другой подвержены систематическому стрессу. Слабые знания русского языка на начальном периоде пребывания или отсутствие таковых, незнакомая культура, повседневный стресс, связанный с учебным процессом – все эти факторы оказывают большое негативное воздействие на пребывание в вузе иностранных студентов и на качество знаний. Пребывание в условиях новой среды для многих студентов является большим психологическим дискомфортом и даже стрессом, которые некоторые из них не в силах преодолеть, ввиду того, что они в принципе впервые покидают не только своих родных и близких, но и родную страну. Такие студенты как никто другой нуждаются, прежде всего, в создании комфортных «домашних» условий. И здесь, прежде всего, необходима как развитая система поддержки и волонтёрства, так и существование службы профессиональных психологов, готовых в любую минуту оказать помощь. Возможность предоставления квалифицированной психологической помощь существенно повышает шансы удержания иностранных студентов, поскольку, не имея возможности справиться со своими психологическими проблемами, иностранные студенты подчас просто возвращаются домой. Этот факт оказывает негативное влияние на международный рейтинг вуза, поскольку наблюдается отток иностранных студентов. Эффективным в данной связи является развитие системы «ментального волонтёрства», направленной на выявление первичных психологических проблем. Как правило, ментальными волонтёрами выступают студенты из числа иностранных обучающихся

старших курсов, зарекомендовавшие себя в сообществе иностранных студентов и пользующиеся авторитетом. После ряда тренингов по распознаванию психологических проблем, ментальные волонтёры готовы к оказанию помощи и являются хорошим подспорьем при ведении работы, направленной на создание психологически комфортной среды при возникающих проблемах социально-культурной адаптации. И особенно важным является то, что помощь при начальном распознавании проблемы может быть оказана на родном языке студента, испытывающего потребность в помощи.

Ещё одной существенной проблемой при социально-культурной адаптации иностранных студентов является интернационализация. Как правило, с этой проблемой сталкиваются вузы с большим количеством иностранных студентов из разных стран.

Как уже мной отмечалось ранее, достаточно большое количество прибывающих студентов до приезда в Россию либо имело очень малое количество опыта общения с представителями других стран и культур, либо не имело такого опыта вообще. Когда же такие студенты прибывают в вузы, в которых уже присутствует большое число студентов из различных уголков земного шара, для некоторых вновь прибывших это также является достаточно сильным культурным шоком, поскольку, не имея опыта международного общения, такие студенты попадают в ситуацию психологического личностного конфликта между тем, какой опыт у них имеется, и тем, с чем они сталкиваются в конкретный момент своей жизни, находясь в пока ещё чужой стране, в незнакомых условиях, с незнакомым климатом (а в условиях России это достаточно весомый аспект), будучи окруженными людьми, о культуре, традициях, особенностях поведения они ничего не знают. И в этот момент очень важно, чтобы на помощь таким студентам приходили специалисты из числа административно-педагогического состава вуза, а также волонтёры (тьюторы) из числа активистов организаций студенческого самоуправления (представители

землячеств, интернациональных объединений обучающихся вузов и т.д.). Всё это должно послужить для скорейшего вхождения в незнакомую социальную среду без нахождения в психо-травмотическом состоянии. Если в родной стране студент изначально уже адаптирован к условиям пребывания и не испытывает трудностей с необходимостью активации каких – либо внутренних ресурсов, имея возможность сосредоточиться непосредственно на учебном процессе, в условиях нахождения на обучении в зарубежном вузе, помимо учебного процесса, такой студент вынужден решать каждодневные бытовые задачи, возникающие в период пребывания.

Принимая во внимание все имеющиеся проблемы, с которыми вузы сталкиваются в период обучения иностранных граждан, и, имея хорошую методическую базу по реализации программ социально-культурной адаптации, учебные заведения имеют возможность легко справляться с возникающими проблемами. Решать задачи гармоничного погружения иностранных студентов в общеуниверситетское студенческое и академическое сообщество с дальнейшим эффективным обучением иностранных студентов как будущих специалистов. Успешно решённые проблемы социально-культурной адаптации помогают быстрому включению студентов в учебный процесс, повышая качество подготовки молодых специалистов.

Как известно, в процессе адаптации выделяются три основных типа адаптации иностранных студентов: 1) иностранный студент, попадая в новую социокультурную среду, полностью принимает обычаи, традиции, нормы, ценности и т. п., которые постепенно начинают доминировать над первоначальными этническими чертами; 2) происходит частичное восприятие новой социокультурной среды, которое проявляется в принятии «обязательных норм общества», но при этом сохраняются основные этнические черты посредством образования этнических групп; 3) происходит отказ или «обособление» от принятия культурных норм и ценностей, характерных для большинства представителей социального окружения. В

этой связи очень важно понимать, что благодаря поддержке культурного взаимодействия и обмена, разъяснительной работе, организации внеучебной деятельности, и поддержки инициатив, направленных на раскрытие внутреннего потенциала иностранных студентов, в том числе посредством предоставления самореализации в рамках различных направлений социальной деятельности, можно добиться высоких показателей интегрированности молодых людей, прибывших из-за рубежа на обучение в российские вузы.

В виду актуальности проблемы социально-культурной адаптации иностранных граждан в нынешних условиях, решению данного вопроса посвящают себя представители различных наук, таких как психология, социология, лингвистика. Все они делают большой вклад в формирование базы по ведению работы в области социальной интеграции иностранных граждан в российское сообщество.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Тихонова Е.Г. «Особенности адаптации иностранных студентов в вузе региона. Журнал «Регионология» №2 2010;

2. Шпет Е. Н. «Механизмы социальной адаптации студентов – учебных мигрантов, обучающихся по программам академической мобильности». Вестник ТГПУ (TSPU Bulletin). 2014. 11 (152);

3. Аркатова О. Г. «Аналитические переменные социокультурной адаптации иностранных студентов». Журнал «Социально-гуманитарные знания», 2014

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ ЮРИСТА В ПРОЦЕДУРЕ БАНКРОТСТВА ГРАЖДАН

Новицкая Н.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность проблемы предоставления юридических услуг в сфере банкротства граждан, обусловлена следующим:

С октября 2015 года, впервые в истории современной России вводится институт банкротства граждан, не являющихся индивидуальными предпринимателями. Более двадцати лет законодатель игнорировал данный институт и ждал соответствующего момента. Судя по нынешней непростой обстановке, он наступил.

В последние годы наблюдается заметный рост инфляции и безработицы, а также сокращение доходов граждан Российской Федерации, повышение цен на продовольственные и промышленные товары. Вдвое выросло число должников с плохой кредитной историей. Задолженность граждан России по потребительским кредитам опасно выросла. Многие граждане России, находясь в долговой яме, подвергаются сильному психологическому давлению как со стороны кредитных организаций, так и со стороны коллекторов.

По данным ЦБ РФ, за последние семь лет количество выданных кредитов физическим лицам увеличилось в четыре раза, а вот просроченная задолженность выросла в шесть раз.

Изучение долгового поведения является предметной областью различных общественных наук и, прежде всего, таких, как экономическая теория, экономическая психология, экономическая социология, каждая из которых применяет свои теоретические подходы.

Наиболее известными экономическими теориями в этом плане являются натуралистическая (А. Смит, Д. Рикардо и др.) и капиталотворческая теории кредита (Й. Шумпетер, Дж. Кейнс и др.).

Что касается современных экономических теорий, то наиболее показательной здесь является гипотеза жизненного цикла Ф. Модильяни.

Предполагается, что индивид распределяет доходы равномерно на протяжении всей жизни. В отдельные периоды времени он осуществляет сбережения, в другие – их расходует, а в третьи – практикует займы. В итоге займы рассматриваются как один из видов сбережений, но с отрицательным знаком.

Начало экономико-психологических исследований долга было стимулировано ростом проблемных займов в Англии в конце 1980-х гг. Именно тогда появляется первая серия работ, составивших впоследствии основу для разработки систематического подхода экономической психологии к проблеме долгового поведения (Р. Бертоуд, Э. Кэмпсон, П. Лунт, С. Ливингстон и др.).

С точки зрения экономической социологии долг следует рассматривать сквозь призму социальных сетей и социальных отношений (С. Ли, П. Уэбли, Р. Левин, Д. Смит), а также социокультурных установок (В. Зелизер) и статусности (Дж. Де Грааф, Д. Ванн, Т. Нэйлор).

В целом следует подчеркнуть, что в США и ряде европейских стран исследования долгового поведения активно проводятся, начиная с 1970-х годов (ранние исследования У. Адкока и Е. Хиршмана, более поздние – У. Дессарта, Р. Файнберга, Г. Токунаги и др.).

В России исследования, посвященные изучению заемных практик граждан, реализуются с конца 1990-х гг. (О.Б. Грибанова, Д.Х. Ибрагимова, Л.А. Преснякова, Д.О. Стребков и др.), поскольку ранее среди российских социологов долговым поведением граждан практически никто не занимался.

Для большинства проблемных заемщиков ухудшение положения дел с осуществлением выплат по кредитам обусловлено двумя объективными

обстоятельствами – снижением уровня жизни и проблемами на работе. Ухудшение здоровья, семейные неурядицы и т.п. в меньшей степени являются причинами возникновения проблемных долгов.

Главной причиной появления проблемных долгов, на мой взгляд, является отсутствие денег, которое заставляет людей их занимать или откладывать выплаты по коммунальным (домашним) счетам (экономическая причина).

Вместе с тем, долги зависят не только от дохода, на финансовую ситуацию человека могут влиять определенные факторы, связанные с его психическим здоровьем (психофизиологические факторы).

Зарубежные исследования позволяют выделить также демографические факторы возникновения проблемных долгов. Как утверждает Г. Йонг, проблемные долги шире распространены среди молодежи, чем среди лиц более старшего возраста.

И, наконец, на ухудшение статистики кредитных историй влияет и широкая доступность кредитов за последние двадцать лет (социальные факторы).

Сам механизм образования проблемных долгов можно представить в виде «долговой спирали» (С. Хатчер, У. Сайто, И. Клэр), состоящей из следующих основных стадий:

– просроченные платежи и штрафы (они часто являются первым симптомом проблем с долгами);

– «жонглирование» финансами (должники начинают «жонглировать» своими деньгами: платят кредитору, которому должны наибольшую сумму денег);

– давление со стороны кредиторов (не получив платежи, кредиторы начинают контактировать с должниками);

– финансовый крах (моральное давление долга и давление кредиторов приводят к тому, что должники сильно потрясены и стараются игнорировать происходящее);

– нереалистичные меры (когда кредитор все же вступает в контакт с должниками, последние могут принимать нереалистичные условия по выплатам);

– судебные процессы (зачастую должник неспособен придерживаться этих нереалистичных обещаний, поэтому возникают судебные тяжбы).

В связи с началом работы закона о банкротстве граждан, сильно вырос спрос на услуги юристов именно в этой области.

Юридическая деятельность – это высоко ответственный и интеллектуально и интеллектуально сложный труд.

Юристы занимают одну из первых строчек в рейтинге высокооплачиваемых профессий. Совершенно очевидно, что успех приходит к тем специалистам, которые обладают профессиональной компетентностью, обширными правовыми знаниями, высоким интеллектом.

К специальным свойствам профессиональной компетентности юриста можно отнести такие качества: устойчивый мотивированный интерес к профессии, способность к обучению, постоянному самообразованию, восприятию и переработке информации, стремлению к достижению успеха на профессиональном поприще. При этом очень важна адекватная самооценка своей личности, то есть знание своих возможностей.

Юрист, оказывающий услуги в сфере банкротства физических лиц, обязан учитывать не только свои психологические факторы, но и на психологическое состояние своего клиента – должника.

Юрист, обязан постоянно находиться в психологической готовности действовать в соответствии с законом, этическими нормами, грамотно, спокойно и уверенно. Неумение соблюдать психологических законов, незнание психологических методик работы с клиентами – должниками, способов оказания должной психологической помощи – может негативной отразиться как на его репутационных рисках, так и на качестве оказываемых услугах.

Каждый должник, представляет собой серьезную, связанную с судьбой человека историю (ситуацию) и юрист, чем лучше будет выполнять, свой профессиональный долг, тем больше вероятность положительного исхода дела для Должника.

Трудовая деятельность юриста, постоянно сопровождается стрессом и высокой эмоциональной нагрузкой. Как правильно, деятельность юриста, сопровождается негативными эмоциями, а эмоциональная разрядка не происходит продолжительный период времени, что может вызвать формирование психологических отклонений.

Юридическая психология - исследуя трудовую деятельность специалистов, опирается на: экспериментальные данные: дифференциальной и общей психологии, юридической социологии, психологии труда, психолингвистики, лингвистики, этики, эстетики и других научных сфер.

В профессиональной деятельности юриста, как правило, выделяют следующие элементы: коммуникативный, познавательный элемент, организационный элемент, воспитательный элемент.

В трудовой деятельности юриста можно выделить две группы: основные и вспомогательные.

Основные виды трудовой деятельности юриста, в процедуре банкротства направлены на достижение главной цели специалиста (органов правосудия, кредиторов, должника). К ним можно отнести следующие: конструктивная, познавательная, воспитательная.

К вспомогательным видам деятельности можно отнести: организаторскую деятельность и коммуникативную, они призваны обеспечивать достижение основных целей – освобождение Должника от дальнейших требований кредиторов.

Из подструктурных элементов деятельности юриста можно выделить: организационно-управленческую функцию, познавательно-прогностическую функцию и коммуникативную функцию.

В познавательную профессиональную юридическую входит выявление причина возникновения задолженности у Должника, возможность погашение долга, разрешение ситуаций с кредиторами и судебная процедура списания долга. В процессе своей трудовой деятельности специалисту нужно постоянно совершенствовать умственную работу: рассматривать, анализировать и прогнозировать те или иные действий по делу, предполагать исход дела, искать оптимальные варианты защиты Должника, отслеживать свои и чужие ошибки, и быстро и квалифицированно устранять их.

Познавательная деятельность специалиста правозащитника, взаимосвязана с удостоверительной функцией. Эта функция включает в себя составление всех необходимых процессуальных документов. Удостоверительная трудовая деятельности специалиста, говорит нам о том, что юрист должен обладать способностью к быстрому, анализу и синтезу информации, развитой письменной речью, способность дать лаконичное посменное описание событий.

Главную роль здесь играет эмоционально-волевой спектр деятельности, сопутствующий процессу познания, непосредственное воздействие стресс факторов, часто вызывающих «не здоровую» эмоционально-психическую напряжённость.

Для результативного сопровождения процедуры банкротства юрист должен иметь творческое мышление, развитый интеллект, профессиональные компетенции и знания, аналитический склад ума, профессиональные навыки общения и умение выделять «существенное и главное», активное восприятие окружающей обстановки, хорошая память, концентрация внимание, интуиция, развитое воображение.

На основе вышесказанного необходимо отметить, что профессиональная мотивация юриста в идеальной форме своего выражения, должна включать весь комплекс морально-нравственных ценностей профессиональных интересов, благих идеалов и убеждений. В мотивации деятельности юриста особую роль играют такие факторы, как: стремление к

восстановлению справедливости, желание установить истину, чувство долга перед человеком, обществом, государством, здоровый патриотизм, и другие ценностные ориентации. Мотивация личности человека очень весьма динамична, она трансформируется под различными социальными, экономически, психологическими факторами, поэтому в определенных условиях трудовой деятельности юриста мотивация либо закрепляется на гармоничных началах и факторах, либо начинается процесс деградации, деформации, личности юриста и его сознания.

В реальной жизни отдельные качества и свойства личности находятся во взаимодействии, одни из них компенсируют недостаток, неразвитость других. Это феномен компенсации, т.е. компенсаторные возможности психики субъекта деятельности являются составным элементом профессиональных способностей юриста. Именно феноменом компенсации можно объяснить высокие результаты работы многих юристов, наделенных в разной мере теми или иными профессионально важными качествами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 31.01.2016).

2. Федеральный закон от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)».

3. Грибанова О.Б., Стребков Д.О. Развитие системы кредитования в России: анализ потребностей и предпочтений населения.

4. Ибрагимова Д.Х. Потребности населения в кредитных ресурсах // Российские домохозяйства накануне финансового кризиса: доходы и финансовое поведение.

5. Стребков Д.О. Модели кредитного поведения и факторы, их определяющие // Социол. исслед. 2007.

6. Анисимов Т.И., Потапова С.А. К вопросу о профессионально важных личностных качествах юриста // Юридическое образование и наука. 2013. N 2. С. 57.

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ГОТОВНОСТЬ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Новоспасская Е. Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Предпринимательская деятельность — деловая активность, которую можно рассматривать в качестве важнейшего инструмента, позволяющего достичь высокого уровня экономического развития государства. Долгосрочное и стабильное проявление предпринимательской деятельности способствует:

- насыщению рынка качественными товарами и услугами;
- созданию дополнительных рабочих мест для населения;
- повышению экспорта;
- расширению потребительского сектора;
- развитию конкурентной среды;
- разумному использованию ресурсов;
- созданию малых предприятий.

Процесс дальнейшего формирования рынка труда и рыночных отношений невозможен без развития и совершенствования предпринимательской деятельности. Вовлечение молодёжи — основополагающая составляющая усовершенствования конъюнктуры предпринимательской деятельности, которая может реализовываться путём привлечения студентов. Но привлечь студентов не так легко, ввиду недостаточной их подготовки. Готовность студентов к предпринимательской деятельности зависит от информированности в области предпринимательства, личности предпринимателя и его характеристик.

Рассмотрим информированность о предпринимательстве как фактор, влияющий на психологическую готовность студентов заниматься бизнесом.

Студенты экономического профиля могут осуществлять предпринимательскую деятельность, ведь образовательные стандарты дают возможность студентам в процессе обучения получить теоретические знания и практические навыки. Но этого недостаточно для того, чтобы студенты включались в предпринимательскую деятельность.

В психологическом плане подростковый возраст считается одним из наиболее сложных и противоречивых периодов жизни, сопровождающихся большим количеством глубоких эмоциональных переживаний, духовных потрясений, эмоциональных проблем, с которыми, чаще всего, подросток не в состоянии самостоятельно совладать [2, С. 111]. Страхи, спровоцированные недостатком осведомлённости в области предпринимательства, усугубляют и без того тяжёлый этап жизни.

Образовательная среда создаёт ценностный режим приоритета предпринимательской инициативы, поддерживающие условия, способствует приобретению необходимых знаний и навыков, развивает поведенческие установки, акцентируя внимание на успешной предпринимательской деятельности. Российские университеты редко участвуют в обучении предпринимательству, а формирование склонности к ведению предпринимательской деятельности раскрывается через знания и навыки студентов. В связи с этим, следует вводить дисциплины, связанные с предпринимательством, с целью повышения информированности студентов и нивелирования их страхов.

Вместе с тем, необходимо способствовать заинтересованности студентов, ведь овладение предпринимательскими компетенциями повышает шансы на создание успешного и устойчивого бизнеса. Отсутствие интереса и мотивации студентов в изучении можно преодолеть с помощью следующих механизмов:

1. создания условий, при которых студент способен совмещать предпринимательскую и образовательную деятельность (разработка

индивидуального плана обучения, предоставление свободного посещения семинарских/лекционных занятий, досрочная сдача экзаменов);

2. заинтересованности преподавателей посредством привлечения внимания инвесторов к студенческим проектам;

3. организация курсов и бизнес-тренингов для непрерывного роста профессионального мастерства. Посещение подобных образовательных мероприятий способствует информированности студентов в области, предоставляемых им возможностей для создания собственного бизнеса

Недостаточный уровень профессионализма и компетентности кадров препятствует развитию предпринимательской деятельности и замедляет прогресс экономики. Вышеперечисленные механизмы обеспечивают развитие у студентов необходимых знаний, умений, навыков, а также личных качеств. Лучшая информированность студентов в области предпринимательской деятельности не будет лишний раз провоцировать эмоциональные барьеры, связанные со страхами и неуверенностью в себе. Данные барьеры неутешительным образом сказываются на их психологическом состоянии студентов.

Следует уделить внимание и формированию готовности студентов экономического профиля к ответственному предпринимательству. Готовность студентов тесно связана с психологической готовностью, но, к сожалению, общество уделяет недостаточно внимания этому явлению. Её важность характеризуется как совокупность ресурсов личности для успешного выполнения задач.

Влияние на психологическую готовность оказывает набор личностных качеств, формируемый на этапе высшего образования. Высшие учебные заведения владеют инструментами воздействия на потенциал студентов через образовательную среду. Потенциал готовности возникает на основе психологического пространства, а именно — мотивации, установки на саморазвитие и поведенческой готовности к рыночным условиям.

Таким образом, учебные заведения должны акцентировать на важности психологической составляющей готовности студентов о предпринимательской деятельности, так как это напрямую влияет на её реализацию, а также учитывать качества, которые формируют их личность.

Специфика карьеры предпринимателя, выражающей социальный престиж личности, заключается в том, что она является результатом личных усилий человека. Успешность предпринимательской деятельности определяется множеством личностных факторов, вносящих фундаментальный вклад в её результат. Среди них: лидерские качества, самосознание, локус контроля, ценностные ориентации, способность стандартизации и алгоритмизации информации. Коммуникативные навыки, познавательные, творческие и организаторские способности студентов зачастую зависят от внеучебной деятельности.

Вместе с тем, успех зависит от исходных мотивов личности и конечных целей его деятельности. Для студентов экономического профиля цели сопряжены с получением прибыли, что повышает ответственность за результаты реализации профессиональных планов, ведь предприниматель находится в условиях конкуренции. С одной стороны, сильно подрывается психологическое состояние из-за остроты восприятия стрессовых ситуаций, но с другой — возникает стремление продемонстрировать лучшие результаты и проявлять творческое преобразование ситуации.

Необходимо более детально изучить психологическое состояние предпринимателя, ибо в условиях ситуационных лимитов количество стрессовых ситуаций увеличивается. У предпринимателя, находящегося в нестабильной и неопределённой среде, обостряется острота восприятия. Эмоциональные барьеры на данном этапе, как правило, связаны с негативными переживаниями, например, агрессивность, насторожённость, тревожность. Их избыток негативно влияет на состояние, провоцируя эмоциональное выгорание, что в очередной раз усложняют предпринимательскую деятельность.

На фоне эмоционального выгорания могут развиваться преневротические субдепрессивные состояния, которые определяются как изменения в эмоциональном, профессиональном статусе личности, возникающих в профессиональной деятельности. Подобные проявления нельзя игнорировать, следует обращаться к психологической помощи и создать благоприятную среду на работе. Студенты, которые стремятся к осуществлению предпринимательской деятельности, должны иметь это в виду и заботиться о своём психическом здоровье не только на работе, но и в период обучения. Высшие учебные заведения должны освещать данный вопрос и предоставлять психологические консультации студентам.

Таким образом, мы пришли к выводу о том, что проблема влияния профессиональной подготовки студентов экономического профиля к предпринимательской деятельности на психологическое состояние в современных условиях является актуальной. Повышенный интерес к предпринимательской деятельности определяет усовершенствованные требования к системе высшего профессионального образования в вопросе эффективной подготовки специалистов экономического направления.

Предпринимательская деятельность специфична и интересна, но в современных реалиях важно помнить не только о профессиональной подготовке, но и о психологическом здоровье студентов (и непосредственно самих предпринимателей).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ибрагимова Л.А., Мезенова С.А. К вопросу о профессиональной подготовке бакалавров экономического направления к предпринимательской деятельности в современных условиях // Вестник Нижневартовского государственного университета. – 2019. – №1 – С. 43-50.

2. Мезенова С.А. Актуальные проблемы подготовки студентов экономического направления к предпринимательской деятельности // Вестник Нижневартовского государственного университета. – 2018. – №3 – С. 174-178.

3. Мезенова С.А. Инновации в подготовке студентов экономического направления к предпринимательской деятельности в современных условиях // Мир науки. Педагогика и психология. – 2018. – №3 – С. 1-9.
4. Пономарева Е.Ю. Сущностная характеристика эмоциональных барьеров и их влияние на развитие личности подростка // Гуманитарные науки. – 2020. – №1 – С. 111–115.
5. Чепуренко А.Ю. Как и зачем обучать студентов предпринимательству: полемические заметки // Вопросы образования. – 2017. – №3 – С. 250–276.

НИЖЕГОРОДСКОЕ КУПЕЧЕСТВО – ПРООБРАЗ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Руфанова А. Р.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Нижегородская губерния — родина известных купеческих семей, щедрых предпринимателей и великодушных меценатов. Благоприятные условия, а порой, наоборот, самые сложные препятствия способствовали продвижению наиболее способных и упорных людей из народа в купеческое сословие, первые ряды промышленников и финансистов. Деятельность нижегородского купечества является особенно яркой страницей истории отечественного предпринимательства и деловой культуры. Особенно много талантов проявилось в России в прошлом веке в пореформенную пору. Самыми крепкими оказывались выходцы из старообрядческих семей, где воспитание было весьма суровым. Такие выходцы стали костяком нижегородского купечества. Традиции нижегородских купцов отражают ту систему ценностей и нравственных представлений, которая существует в России уже не одно столетие и связано с христианским вероучением. Это ценности любви к ближнему, милосердия, помощи слабым и служение своей

Родине. Девиз нижегородских купцов: «Прибыль превыше всего, но честь превыше прибыли».

Крупнейшее событие в экономической жизни дореволюционной России - Макарьевская ярмарка – детище во многом именно нижегородского купечества. [1] Она была крупнейшим центром оптовой и розничной торговли в Российской империи: остальные ярмарки сильно отставали от неё по товарообороту. Сюда стекались товары со всех концов страны, а также из стран Востока — Ирана, Индии, Афганистана, Китая.

Ежегодно Нижегородская ярмарка открывалась в одинаковое время – 15 июля. Церемония открытия была торжественной, при огромном стечении народа. Сначала перед нижегородским губернатором ярмарочное духовенство служило молебен. До этого никто не имел права начинать торговлю, и нарушение этого правила каралось законом. С поднятием флага начинались деловые операции. Время от времени представители императорского дома лично приезжали сюда с визитом, и купечество угощало их роскошными обедами.

На ярмарке царил строгий порядок. Любое его нарушение строго каралось. При любых сделках решающую роль играла честность. Долгое время купцы не заключали договоры на бумаге, но скрепляли их рукопожатием. Существует поговорка: «Между купцами — одно рукобитье». Здесь сколачивались и терялись гигантские, иногда, миллионные состояния. Завершалась ярмарка так же, как и начиналась — благодарственным молебном.

Мы видим, что торговля была подчинена строгим и справедливым правилам и была тесно связана с христианской этикой. Репутация честного человека открывала новые возможности, обеспечивала поддержку в трудный час и была лучшей рекламой для предпринимателя.

Одной из самых знаменитых нижегородских купеческих династий была династия Бугровых. [2] Вся ее история неразрывна с нижегородской ярмаркой. Они работали на ярмарке и торговали на ней. Петр Егорович –

основатель фирмы Бугровых. С 1829 года он первым в нижегородской губернии основал товарное мукомольное производство, стал крупнейшим мукомолом и развернул широкую хлеботорговлю. Он был известен как умелый строительный подрядчик. Для того чтобы участвовать в торгах на этот подряд Петр Егорович пошел на большой риск, заложив свой дом на Нижне-Волжской набережной, стоимостью 11 754 рубля, и в долгой борьбе вырвал этот престижный подряд.

К сожалению, его сын Александр, не удержал этот выгодный подряд. Но он владел большой лесной площадью и был главным поставщиком строительных материалов на ярмарку, снабжал её разными материалами.

Николай Александрович, внук Петра Егоровича активно участвовал в благоустройстве ярмарки. Николай Александрович сам довольствовался малым. Он ел обычную еду – щи и кашу, одевался в обычную одежду - овчинную шуба, сюртук, сапоги, спал на печке или полатях. При этом он имел десятки пароходов, паровые мельницы, склады, причалы, сотни десятин леса, целые селения. Вся жизнь Бугровых, от основателя фирмы Петра Егоровича и до его внука Николая Александровича, неразрывно связана не только с Нижегородской ярмаркой, в которую они вложили много сил и средств, они были щедрыми благотворителями и меценатами.

Николай Александрович Бугров выстроил знаменитую ночлежку для бездомных, приют для вдов и сирот, оплачивал строительство школ, больниц и храмов. «Не казаться, а быть»- этот известный жизненный девиз, точнее, жизненная установка, была руководством к действию для Бугровых.

Ещё одна знаменитая династия богатейших предпринимателей - купцы Рукавишниковы, которые гордо носили звание «стальных королей». [3] Приехав из Балахны в 1812 году в Нижний Новгород, купец Григорий Рукавишников быстро и прочно обосноваться в городе. К 1817 году у Рукавишникова были уже три лавки на Нижегородской ярмарке и оптовая торговля железом. В 1822 году купец построил свой стальной завод. Своё дело он передал сыну Михаилу. Более сорока лет Михаил Григорьевич

Рукавишников занимался выделкой высококачественной стали. Его дело приобрело огромный размах. Сталь Рукавишникова поставлялась в Петербург, Ярославль, Москву, Закавказье и даже в Персию. Он добился действительно значительных успехов в своем деле, что было обусловлено профессионализмом, серьезными знаниями, мощной деловой хваткой, а также его личностными качествами. Михаил Григорьевич Рукавишников стал одним из самых влиятельных лиц в городе, но не утратил остроты ума и желания самосовершенствоваться. Он всегда был в курсе всех новшеств и перенимал лучший опыт. Он единственный из нижегородских предпринимателей, кто выписывал журнал «Мануфактуры и торговля» и газету «Мануфактурные и горнозаводские известия». Умеющий считать деньги купец не жалел средств на помощь тем, кто действительно в ней нуждался. На средства Рукавишникова содержались Мариинская женская гимназия, детские приюты. Один из сыновей Рукавишникова - Иван Михайлович - был членом попечительского совета Кулибинского ремесленного училища, членом правления Дома трудолюбия, членом комитета Вдовьего дома. В 1908 году на пожертвования Ивана Михайловича Рукавишникова был выстроен каменный дом - общежитие для мальчиков, выходящих из Вдовьего дома (по уставу дома мальчики, которым исполнилось 15 лет, лишались права там жить). Он же построил и школу, где обучались ремеслу дети вдов. Вместе с братьями и сестрами Иван Михайлович построил Дом трудолюбия. В здании разместились более двухсот нищих, которые за простую работу получали небольшую плату, ночлег и еду. Ежегодно Иван Михайлович ассигновал по тысяче рублей в пользу бедных нижегородских невест. Жертвовал на земские бараки в колонии душевнобольных в Ляхове и для заразных больных в Дальнем Константинове. В 1900 году пожертвовал две тысячи рублей на малолетних преступников в колониях. После смерти Ивана Михайловича осталось завещание: около 200 тысяч рублей - на церкви, разные благотворительные и просветительные учреждения; 75 тысяч рублей - на устройство при Вдовьем

доме приюта для мальчиков. Одно перечисление сделанного вызывает удивление и восхищение, эта деятельность на благо не только себя и своей семьи, но общества в целом, воспринимается как достойный пример для современного предпринимателя.

По стопам отца пошел - Владимир Михайлович - один из сыновей М. Г. Рукавишникова. Он был присяжным заседателем городской Думы. С 1875 года он содержал за свой счет школу на 40 мальчиков и капеллу, расходуя до 40 тысяч рублей в год. В школу набирали способных ребят со всей страны и ставили их на полное обеспечение: одевали, кормили, давали образование (общее и музыкальное). После школы мальчики становились певчими хора Троицкой церкви, деньги на строительство которой тоже дали Рукавишниковы. В конце XIX века Рукавишниковы построили огромное двухкорпусное здание банка, поэтому память о славной фамилии нижегородских купцов достойно запечатлена и в архитектуре нашего города.

Говоря о нижегородских купцах, нельзя не вспомнить Емельяна Башкирова. [4] Он начинал свой «бизнес» с торговли сеном на базарах. Заработав неплохие деньги, он перевез семью в Нижний Новгород и расширил масштабы дела. Спустя несколько лет, приумножив капитал до 10 тыс. руб., он записался в нижегородские 1-й гильдии купцы и в 1871 г. открыл вместе с сыновьями Николем, Яковом и Матвеем свое торгово-мукомольное предприятие - Нижегородский торговый дом «Емельян Башкиров и сыновья». Главным достижением торгового дома Башкировых стало то, что спустя всего несколько лет после своего основания он удостоился права постоянно поставлять муку «главному булочнику» страны предпринимателю Филиппову, который имел пекарню и популярнейшую в Москве булочную на Тверской. Башкировы всегда стремились к модернизации и улучшению производства, они оборудовали мельницу в Благовещенской слободе новым мощным элеватором, на постройку которого потратили почти 100 тыс. руб. В 1891 г., после смерти отца, братья Башкировы решили разделить семейный капитал, составлявший на тот

момент 9,5 млн руб., на три равные части. Они основали собственные мукомольно-торговые фирмы: Николай - в Самаре, Яков и Матвей - в Нижнем Новгороде. Высокое качество муки Башкировых (она считалась лучшей в стране) неоднократно отмечалось на выставках и ярмарках, в том числе золотыми медалями в Вене, Париже и Лондоне. На Всероссийской промышленно-художественной выставке в 1896 г. мука Башкировых получила высшую награду и предпринимателям было даровано право маркировать свою продукцию Государственным гербом. Со временем «Мукомольное товарищество» Якова Башкирова стало поставщиком императорского двора Романовых, а ему самому было пожаловано дворянское звание и титул «Почетный гражданин Нижнего Новгорода».

Труды Матвея Емельяновича Башкирова на общественном поприще также получили всеобщее признание. Он состоял членом попечительских советов ряда училищ (Владимирское реальное, Предтеченское, Мариинская гимназия, Кутайсковский приют), был старостой церкви при Каратаевском женском приюте на Гребешке, в 1887-1913 годы избирался гласным нижегородской Думы. За свои труды и успехи Матвей Емельянович был пожалован званиями потомственного почетного гражданина и коммерции советника, удостоен нескольких золотых шейных медалей «За усердие» и ордена Святого Станислава 3-й степени.

Не менее знаменит Сироткин, Дмитрий Васильевич (1865-1946) — крупнейший деятель старообрядчества, председатель совета Всероссийских съездов старообрядцев белокриницкого согласия, председатель совета Нижегородской общины. [5] Один из богатейших судопромышленников России и биржевик, родился в деревне Остапово (Астапово), близ села Пурех Балахнинского уезда Нижегородской губернии. Его родители - Василий Иванович и Вера Михайловна - были крестьянами этой деревни. Женившись в 1890 г. на дочери казанского купца-пароходчика Кузьмы Сидоровича Четвергова, при помощи тестя в 1895 году купил свой первый буксир. Затем приобрел в собственность нефтетранспортное дело компании С.М.Шибаева

(4 буксира). В 1907 году образовалось «Торгово-промышленное и пароходное товарищество Дмитрия Васильевича Сироткина» с капиталом в 1.5 миллиона рублей (15 пароходов, около 50 непаровых судов, в том числе более 20 барж). В 1910 году Д.В. Сироткин стал директором-распорядителем крупной пароходной компании «Волга». С 1907 года - председатель Нижегородского биржевого комитета. С 1908 года - председатель Совета съездов судовладельцев Волжского бассейна. К 1913 году Сироткин стал председателем акционерного пароходного общества «По Волге».

Весной 1913 г. Сироткин был избран нижегородским городским головой на четырехлетний срок. Во время пребывания его на должности городского главы в Нижнем Новгороде началось устройство канализации, было выкуплено в собственность города трамвайное и электрическое хозяйство, открылась городская хлебопекарня. Д.В. Сироткин принимал участие в открытии в 1915 году в Нижнем Новгороде Народного университета. Будучи городским головой, предложил Горькому устроить для безработных дневное пристанище, знаменитые «Столбы». Деньги на устройство были выделены думой и известным благотворителем Н. А. Бугровым.

В годы Первой мировой войны возглавил нижегородский комитет Всероссийского союза городов, областной, городской и биржевой военно-промышленные комитеты. В начале 1917 года был избран городским главой на второй срок. В мае 1917 года отказался от должности городского главы. В 1917 году Дмитрий Васильевич строит в память умершей матери старообрядческую богадельню с храмом по ул. Жуковской (ныне ул. Минина), при которой на свои средства содержит церковный хор.

К сожалению, после революции, около 1919 г., Сироткину пришлось покинуть Россию и поселиться в Югославии вместе с семьёй. Наша страна лишилась ответственного и неравнодушного к жизни народа деятеля. О последних годах его жизни известно мало.

Нижегородские купцы создавали созидательные и просветительские проекты, направленные на позитивное изменение мышления и условий жизни сограждан. Они осознавали свою ответственность перед народом, поддерживали национальные традиции – уважения старших, крепкой семьи, нравственности. Финансировали строительство храмов, сиротских приютов, богаделен, больниц, учебных заведений, помогали продвигаться талантливым людям. Таким образом, нижегородские купцы, имея огромные состояния и зная цену своего труда, не скупились на помощь своему народу и развитие Отечества. В этом мы усматриваем нравственный пример для современного отечественного предпринимательства, он может служить прообразом и воплощением достойной традиции, требующей продолжения уже в нашей современной жизни.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Барышников, М. Н. Деловой мир России: историко-биографический справочник. СПб: Искусство-СПБ, Logos, 1998. С. 126 – 128
2. Официальный сайт совместного проекта «Деловой России» и Российского исторического общества «История российского предпринимательства» URL: http://historybiz.ru/bugrov-nikolaj-aleksandrovich.html
3. Мудрова И. А. Русские предприниматели. Двигатели прогресса. М.: Центрполиграф, 2015. С. 143- 149
4. Башкиров с сыновьями // Наш край. — Н. Новгород : Книги, 2006. — С. 184—186.
5. Старообрядчество: Лица, предметы, события и символы. // Сост. С. Г. Вургафт, И. А. Ушаков. М.,1996, с. 257-259.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА СУБЪЕКТОВ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Сорокина А. Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современных условиях субъектам управления всех уровней и сфер деятельности требуется большое количество руководителей нового типа, которые лишены присущих административно-бюрократической системе стереотипов профессиональной деятельности, иначе «новое вино будет налито в старые меха», и уже на новой экономической основе будут воспроизведены те же проблемы, которые в прошлом препятствовали нормальной работе людей в организациях. [2]

Модернизация социально-экономических процессов в российском обществе требует более глубокого осмысления роли управленцев в решении конкретных задач в различных сферах общественно значимой деятельности.

Важные резервы управленческой эффективности деятельности субъекта представлены не только в его профессиональных компетенциях, но и в уровне его психологической готовности к работе. Так, немаловажное значение имеет межличностное общение управленца на различных уровнях, для которого, в свою очередь, важным фактором является эмоциональный интеллект. В широком смысле эмоциональный интеллект личности представляет собой способности личности к эффективному общению за счет умения понимать и управлять своими и чужими эмоциями; умения людей воспринимать эмоции окружающих людей и возможности влиять на умения других, а также умения рефлектировать свои и собственные эмоциональные состояния и контролировать их. Эмоциональный интеллект сейчас становится одним из важнейших личностно-профессиональных свойств субъектов, обеспечивающих высокую эффективность их деятельности и конкурентоспособность управляемой организации.

Синтез когнитивных и эмоциональных процессов, в итоге понимаемый нами как феномен эмоциональный интеллект, представляется значимой детерминантой результативности и эффективности профессиональной деятельности управленцев [3].

Научные исследования проблемы эмоционального интеллекта, его роли в сознании, межличностных взаимоотношениях и социальных коммуникациях, с 1990х годов набирает обороты. Предметом психологических исследований данный феномен стал в 1990-м году. Американские психологи П. Сэловей и Дж. Мейер опубликовали свои научные исследования, в которых они определили термин эмоциональный интеллект, как «способность воспринимать и выражать эмоции, ассимилировать эмоции и мысли, понимать и объяснять эмоции, регулировать свои эмоции и других», и предложили собственную методику его измерения[4] .

Исследования С.Л. Рубинштейна раскрывают принцип единства аффекта и интеллекта. Он придавал большую значимость исследованиям эмоционального интеллекта. Видел его глубину и многообразие, он писал: «Эмоциональность, или аффективность, – это всегда лишь одна, специфическая сторона процессов, которыми в действительности являются вместе с тем познавательными процессами, отражающими – пусть специфическим образом – действительность. Эмоциональные процессы, таким образом, никак не могут противопоставляться процессам познавательным как внешние, друг друга исключающие противоположности. Сами эмоции человека представляют собой единство эмоционального и интеллектуального, так же как познавательные процессы обычно образуют единство интеллектуального и эмоционального». Каждую эмоцию рассматривается им как «единство переживания и познания». В каждом интеллектуальном процессе, по мнению психолога С.Л. Рубинштейна присутствуют эмоции. Он писал, что «суждение, которое является основным актом или формой, в которой совершается мыслительный

процесс, редко представляет собой только интеллектуальный акт. Суждение обычно в большей или меньшей степени насыщено эмоциональностью». [5].

Такой многозначный феномен как эмоциональный интеллект явился результатом развития представлений о происхождении когнитивных и аффективных процессов, а также их взаимосвязи. Основными достижениями на современном этапе являются: рассмотрение эмоций как одну из подсистем сознания, фактор мотивации, раскрытие представлений об интеллекте - множественность интеллектуальных проявлений, открытие социального интеллекта, а также рассмотрение единства и продуктивного взаимодействия аффективных и когнитивных процессов.

Проблема эмоционального интеллекта является в настоящее время достаточно интенсивным и быстро развивающимся, идущим в ногу с мировыми тенденциями, направлением психологических исследований. На современной фазе развития научных представлений данная проблема получила новые способы своей интерпретации, прежде всего в понятиях метаэмоциональных процессов и эмоционального интеллекта[3].

Существует две группы составляющих эмоционального интеллекта: социальная чуткость и управление отношениями; самосознание и самоконтроль; Вторая группа - самосознание и самоконтроль определяют умение понимать собственные эмоции, управлять собой и контролировать свои чувства. Первая группа - социальная чуткость и управление отношениями отражают нашу способность распознавать эмоции окружающих, управлять ими и выстраивать отношения с людьми. Развивая самосознание и самоконтроль, мы учимся эффективно использовать наши сильные стороны и управлять эмоциями, чтобы с воодушевлением идти к цели и вызывать такой же энтузиазм у окружающих [1]. Зная, какой присваиваемой силой внимательно обладают эмоции, за необходимо внимательно чувствами следить за настроением собственными чувствами и настроением. анализировать Человек должен постоянно анализировать состояния изменения своего внутреннего состояния и стремится не только

понимать себя, но и удовлетворять успешно свои эмоциональные потребности. Чтобы успешно справляться со стрессами, нужно находить время для спокойных уединенных размышлений. Необходимо научиться воспринимать подчиненных как с профессиональных, так и с общечеловеческих позиций, находить время для личного общения с ними, непременно публично отмечать их успехи, творческий подход к работе и усердие.

Таким образом следует учитывать, что важнейшим аспектом обеспечения эффективности управленческой деятельности является умение донести до подчиненных необходимые знания и понимание значимости выполняемых ими задач. Это также предполагает адекватное понимание эмоций подчиненных и, возможно, более действенное влияние на их эмоциональное состояние с тем, чтобы они осознавали серьезность возникающих производственных проблем и сохраняли при этом позитивный настрой по отношению к их решению. Управленцы с высоким уровнем эмоционального интеллекта обладают знаниями о способах регуляции настроения подчиненных, а также о стратегиях выхода из стрессовых ситуаций, затрагивающих коллектив.

Благодаря достаточно развитому эмоциональному интеллекту, руководители могут более эффективно формулировать цели, правильно определять видение миссии и стратегии организации, а главное правильно доносить это до своих подчиненных, затрагивая личностное принятие указанных интегральных характеристик функционирования организации. Это оказывает, не основное, но существенное влияние на ее деятельность в целом и на управленческую деятельность в частности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Дрогобыцкий А.И. Эмоциональный интеллект современного менеджера //Вестник Новосибирского государственного университета. 2017. Т. 7. №2. С.111-113
2. Кабаченко Т.С. Психология управления. М., 2005.

3. Карпов А.В. Эмоциональный интеллект как детерминанта результативных параметров и процессуальных характеристик управленческой деятельности// Вестник Ярославского государственного университета. 2008. № 10
4. Крайторов А.Н. Эмоциональный интеллект как интегративный феномен психологического знания в структуре социального и общего интеллекта// Научный альмонах.2017№4-2(30). С.212-215
5. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. АСТ. 2019.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ ВО ВРЕМЯ ОБУЧЕНИЯ В ВУЗЕ

Улусова С.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Начиная с момента поступления в вуз, в процессе учёбы и до момента завершения учебной деятельности происходит процесс становления, осмысления и развития личности через профессиональное самоопределение.

Изучение и анализ научной и научно-методической литературы понятия «профессиональная компетенция» применительно к выпускникам выявил то, что непременным фактором процесса их формирования должна являться мотивация процесса обучения – осознание социальной значимости своей профессии и профессионального призвания; желание выпускника заниматься научно-исследовательской деятельностью в профессиональной области; ценностные установки о роли естественных наук в познании окружающего мира, в научно-техническом прогрессе, в развитии экономики.

Проблема оценивания качества результатов обучения в настоящее время достаточно актуальна. Нет необходимости доказывать, что функции оценки не ограничиваются только констатацией уровня обученности, поэтому целесообразно рассматривать результат обучения с позиций

личностной и профессиональной значимости, то есть в контексте компетентностного подхода.

На данный момент существует достаточно много подходов к определению понятия профессиональной компетенции. Например, в работе [5] Ю.Г. Татуром предложено следующее определение: «Компетентность специалиста с высшим образованием – это проявленные им на практике стремление и способность (готовность) реализовать свой потенциал (знания, умения, опыт, личностные качества и др.) для успешной творческой деятельности в профессиональной и социальной сфере, осознавая социальную значимость и личную ответственность за результаты этой деятельности, необходимость ее постоянного совершенствования».

В [4] выделяют следующие компоненты: мотивационный (мотивы, ценностное отношение), когнитивный (знания) и деятельностный (умения, навыки). Там же выявлены следующие этапы формирования профессиональной компетенции студентов:

1) «начальный этап» – формирование мотивационного компонента;

2) «адаптивный этап» – развитие мотивационного компонента профессиональной компетенции;

3) «когнитивный этап» – накопление знаний, т.е. формирование когнитивного компонента компетенции;

4) «рефлексивный этап» – актуализация потребности самообразовательной деятельности и продолжение развития когнитивного компонента компетенции;

5) «деятельностный этап» – формирование деятельностного компонента профессиональной компетенции, творческого отношения студентов к изучению дисциплин.

Таким образом, под профессиональной компетенцией студентов понимается особый вид компетенции, представляющий собой комплексную интеллектуально-личностную характеристику студента, включающую в себя совокупность приобретенных знаний, умений, профессиональных навыков, а

также ценностных ориентаций, социально и профессионально значимых личностных качеств, которые необходимы для полноценного включения молодого специалиста в профессиональную среду.

Использование компетентностного подхода в профессиональной подготовке, по мнению А. А. Вербицкого, позволяет реализовать педагогические условия системно, с применением наиболее адекватных с точки зрения содержания компетентности как качества личности средств, методов и форм организации учебно-воспитательного процесса [1].

Кроме того, Э. Ф. Зеер считает, что сущность компетентностного подхода заключается в приоритетной ориентации на такие цели – векторы образования, как обучаемость, самоопределение (самодетерминация), самоактуализация, социализация и развитие индивидуальности.

Центральное место в реализации компетентностного подхода, по его словам, принадлежит ряду развивающих технологий, а именно:

– когнитивно-ориентированным (диалогические методы обучения, семинары-дискуссии, проблемное обучение, когнитивное инструктирование, когнитивные карты, инструментально-логический тренинг, тренинг рефлексии и др.);

– деятельностно-ориентированным (метод проектов, имитационно-игровое моделирование, организационно-деятельностные игры, контекстность обучения и др.);

– личностно-ориентированным (интерактивные и имитационные игры, тренинги развития, развивающая психодиагностика и др.) [3].

Анализируя работы современных авторов, можно выделить такие общие признаки понятия компетенции, как наличие знаний, умений и навыков.

В условиях информатизации высшего образования можно включить в структуру профессиональных компетенций еще и информационный компонент, показывающий умение и навыки студента по сбору, хранению и обработке информации. Данный компонент будет показывать, насколько

студент готов вести свою профессиональную деятельность в условиях всё усиливающихся информационных процессов в обществе, когда информационный ресурс приобретает статус, эквивалентный статусу материальных ресурсов.

Все данные компоненты связаны между собой и образуют единое целое в сознании студента, а их взаимосвязь осуществляется за счет систем коммуникаций.

Уровень сформированности профессиональных компетенций у будущих специалистов зависит от методов, посредством которых осуществляется их формирование. Преподаватель должен отлично понимать, не только чему необходимо учить будущих специалистов, но и как лучше организовать учебный процесс для лучшего формирования компетенций.

Технология обучения должна быть направлена на оптимизацию учебного процесса, который предполагает достижение целей обучения с минимальными затратами сил преподавателя и студента на фоне улучшения качества обучения и уменьшения временных затрат. Необходимо использовать в учебном процессе активные методы обучения, создавать проблемные ситуации, побуждающие студентов к обучению. Система методов должна быть динамичной, чтобы отражать эту подвижность, учитывать изменения, постоянно происходящие в практике применения методов обучения.

Неотъемлемой частью процесса профессиональной подготовки является диагностика и контроль. Это процедура оценки профессиональных, личностных и иных качеств студента на соответствие установленным в учебном учреждении требованиям профессиональных компетенций. Только после изучения методов оценки профессиональных компетенций студентов, можно говорить об успешности их освоения на момент окончания вуза. [2]

Следовательно, пути повышения качества подготовки кроются в совершенствовании всех уровней преподавания: и практических, и теоретических, и практико-педагогических, преимущественно связанных с

расширением возможностей формирования профессиональных компетенций в процессе практической работы студентов. Таким образом, необходим поиск путей, которые помогут оптимизировать процесс формирования профессиональных компетенций у студентов вузов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Вербицкий А. А. Компетентностный подход и теория контекстного обучения // Россия в Болонском процессе: проблемы, задачи, перспективы: тр. метод. семинара. М., 2004.
2. Зарубина Е.М. Формирование управленческой профессиональной компетенции студентов технических спе¬циальностей университета: автореф. дис… канд. пед. наук. – Магнитогорск, 2009. – 22 с.
3. Зеер Э.Ф. Компетентностный подход к модернизации профессонального образования / Э. Ф. Зеер, Э. Э. Сыманюк // Высшее образование в России. - 2005. - № 4. - С. 23-29.
4. Кострова Ю. С. Генезис понятий «компетенция» и «компетентность» [Текст] /Ю. С. Кострова // Молодой ученый. – 2011. – №12. Т.2. – С. 102-104..
5. Татур Ю.Г. Компетентность в структуре модели качества подготовки специалиста// Высшее образование сегодня. – 2004. – №3. – С. 24

НИЖЕГОРОДСКАЯ ТОПОНИМИКА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Хитрюк О. А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Развитие туристической индустрии во многом зависит от того, каким образом будет привлечено внимание потенциальных потребителей этой сферы услуг. Весомую роль в данном процессе сыграет не только историко-культурная значимость конкретного места, но и комплекс взаимосвязанных методов и средств, необходимый для того, чтобы сделать акцент

потенциальной целевой аудитории на конкретном объекте. Этот арсенал состоит из рекламной кампании, брендирования, формирования программы мероприятий, а также учёта логистических особенностей места. Всё это, будет рассмотрено в данной статье на примере некоторых географических объектов Нижнего Новгорода и Нижегородской области, которые могут стать очагами развития туризма при условии грамотно сформированного комплекса действий.

Нижегородская область представляет собой многонациональное образование, характеризующееся обилием и разнообразием культур и религиозных верований, определяющих духовную жизнь, быт и особый менталитет населения. Всё это, а также исторические и географические особенности породили ряд уникальных топонимов, отразивших в себе прошлое и настоящее, отпечаток трудовой и досуговой деятельности, страхи, опасения и суеверия наших предков и многое другое, характеризующее существование человека разных эпох.

Многие топонимы при проведении должной работы могут стать факторами привлечения внимания к тому или иному географическому или историко-культурному объекту, который, в свою очередь, имеет возможность стать развитым туристическим центром.

В Нижегородской области имеется множество интересных названий, о которых знают не только местные жители, но и многие представители других районов и даже регионов. Однако немало имеется и таких топонимов, о которых практически никто не имеет представления. Отметить стоит, что во многих случаях это происходит абсолютно незаслуженно, но при условии грамотного проведения ряда мер ситуация может быть в корне изменена. В данной статье мы приведём алгоритм действий, направленных на актуализацию конкретных топонимов и соответствующих географических и историко-культурных объектов, а также постараемся использовать его на примере названий, являющихся малоизвестными, либо же

представляющимися в сознании граждан как нечто обыденное, поэтому неинтересное.

К системе мер, необходимых для популяризации потенциально перспективного туристического объекта и его имени собственного отнесём следующее:

1) сбор необходимой информации: работа с архивными данными, художественной литературой и СМИ;

2) выявление наиболее интересных и значимых для туристов элементов истории названия места;

3) формирование собственного уникального бренда;

4) разработка, организация и проведение рекламной кампании при задействовании традиционных СМИ и Интернет-ресурсов;

5) разработка и создание удобной логистической системы;

6) организация программы мероприятий для целевой аудитории.

Шестой пункт мы рассмотрим на примере некоторых нижегородских объектов, не пользующихся особой популярностью у туристов. Полагаем, что за счёт актуализации их названий могут быть достигнуты неплохие результаты.

Топоним «Печёры» очень хорошо распространён в Нижнем Новгороде. Название уже давно вышло за пределы исконного очага – Печёрской слободы и отразилось на ряде других географических объектов. Современное существование топонима может показаться не таким интересным для туристов, но вот историческая основа может привлечь как нижегородцев, так и гостей города.

Как известно, слово «печера» представляет собой восточнославянскую версию более известного в наши дни южнославянского варианта «пещера». Стало быть, название указывает на то, что особенностью данного места были пещеры, а жили в них монахи. Таким образом, для того, чтобы разжечь интерес туристов, необходимо будет воссоздать эти пещеры, после чего оборудовать их под скиты. Данная инициатива, на наш взгляд, могла бы

получить живой отклик у потенциальной целевой аудитории. Понравится она не только паломникам, которые изъявят желание приобщиться к духовным ценностям, которые хранит в себе Печёрский монастырь и примонастырская территория, но туристам, предпочитающим экстремальные путешествия, в том числе и диггерство (исследование подземных убежищ и прочих подземных объектов).

Вторым же компонентом названия «Печёрская слобода» является указание на особый тип крестьянского поселения. Слово «слобода» относит нас к понятию «свобода», что говорит об особом типе устройства крестьянских хозяйств и статусе их обитателей. В данном случае проект привлечения туристов к этому объекту может быть связан со строительством слободы в её историческом облике и реконструкцией быта её поселенцев с проведением сопутствующих мероприятий, направленных на популяризацию историко-краеведческих ценностей региона.

Рассмотрим также в качестве примера название «Ковалиха» (Ковалихинская улица). Ранее в этих местах протекала река, по берегам которых селился ремесленный народ. Среди них были и кузнецы, по-другому называющиеся ковалями. От них, по одной из версий и произошло название. Для привлечения внимания к названию на этой улице можно было бы создавать музей нижегородского кузнечества и сформировать программу тематических мероприятий.

Событийная программа может быть развёрнута и на территории таких географических объектов как Лысая гора, Марьина роща и так далее. При этом необязательно будет возводить какие-либо сложные исторические объекты. В данном случае театральному действию будет отведена решающая роль. Речь идёт здесь об исторической реконструкции, которая достаточно популярна в наши дни. Таким образом, можно воссоздать знаменательные исторические события с привлечением любителей таких тематических фестивалей и квестов, где нужно перевоплощаться в исторических персонажей и моделировать действительность минувших лет.

Лысая гора – это географический объект, на котором расположен современный город Лысково. Название места отсылает нас к историческому происхождению таких гор, которых было много на территории древних языческих поселений. Собой они представляли площадку для проведения магических ритуалов, которые заключались в жертвоприношении богам и организации календарных обрядов, которые были неотъемлемой частью жизни наших предков. На вершинах их жгли костры, пелись песни, устраивались пляски, предполагаемые культом. Подобные действия могли бы быть восстановлены и в XXI веке энтузиастами, которые занимаются изучением и популяризации языческой культуры в современных реалиях.

Что касается названия Марьина роща, то стоит отметить, что оно, как многие другие относится к так называемым разбойничьим топонимам. Это патроним, происходящий от имени собственного, принадлежащего разбойнице Марье, которая орудовала со своей шайкой на дороге Москва – Нижний Новгород. Разбойники жили в лесах, но, выходили на свой промысел, как видели богатые экипажи, проходящие мимо. Здесь мы, как и в случае с предыдущим топонимом, приходим к мысли о том, что самым оптимальным вариантом актуализации названия будет проведение исторической реконструкции. Разделить участвующих можно на два лагеря: первый – разбойники, второй – представители сыскных органов, противостоящие Марьиным отрядам. К такому варианту можно прийти и при работе с другими разбойничьими названиями, которых в Нижегородской области встречается немало.

Акцентировать внимание необходимо и на том, что было успешно воплощено в жизнь. В преддверии празднования 800-летнего юбилея Нижнего Новгорода в месте, где Ока впадает в Волгу был создан арт-объект, получивший название «Стрелка». Он представляет собой выложенное слово «СТРЕЛКА» в одноимённом месте. Таким образом, обыгрывание топонима привело к привлечению туристов для проведения фотосессий и так далее.

В заключение стоит отметить, что благодаря грамотному решению вопроса по поиску и применению различных средств и методов можно привлечь внимание туристов к тому или иному географическому объекту. Особую роль в этом процессе играет осмысление названия, которое заключает в себе множество тайн, связанных с историей, географией и менталитетом жителей. Комплексное изучение топонимики конкретного места и позволит сформировать, в свою очередь, программу, позволяющую вызвать интерес у потенциальной целевой аудитории.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Басик С. Н. Общая топонимика – Минск, 2006.
2. Воробьев В. В., Сулейманова А. К., Фаткуллина Ф. Г., Хайруллина Р. Х. Отражение национальной языковой картины мира в реалиях Башкортостана: монография / В. В. Воробьев, А. К. Сулейманова, Ф. Г. Фаткуллина, Р. Х. Хайруллина – Уфа: РИЦ БашГУ, 2014. – 208 с.
3. Морохин Н.В. Географический краеведческий словарь. – Нижний Новгород, 1993.
4. Морохин Н.В., Павлов Д.Г. Нижегородский топонимический словарь. – Нижний Новгород, 1993.
5. Морохин Н.В. Нижегородский топонимический словарь. – Нижний Новгород: «КиТиздат», 1997.
6. Полюшкевич О.А., Попова М.В. — Влияние топонимики на идентичность жителей города (по материалам Иркутска) // Социодинамика. – 2018. – № 9. – С. 86 - 97.
7. Суперанская А. В. Что такое топонимика?. – М.: Наука, 1985. – 176с.
8. Фаткуллина Ф.Г. Топонимическая лексика как отражение национальной языковой картины мира / Материалы II Международной научной конфе-ренции «Социальное развитие и общественные науки» / European Social Science Journal (Европейский журнал социальных наук). 2014. № 3. Том 1. С.212-225// (http://mii-info.ru/).
9. Хитрюк О.А. Выпускная квалификационная работа на тему «Внутренняя форма топонимов и гидронимов Нижегородской области как отражение истории края (материалы к внеклассной работе)», научный руководитель к.ф.н. Павлов С.Г. 2018.

10. Хитрюк О.А. Магистерская диссертация на тему «Топонимы в современном нижегородском фольклоре (сказка, предание, песня) и их изучение на уроках литературы: культурологический и методический аспект», научный руководитель д.ф.н. Шустов М. П.