ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

*Материалы научно-практической конференции*
*на региональной площадке Краснодарского филиала Финуниверситета*
*в рамках второго этапа*
*XII Международного научного студенческого конгресса*
*г. Краснодар, 11-15 марта 2021 г.*

# *Экономика, финансы, проектное управление и социальная сфера России: императивы устойчивости*

*текстовое электронное издание*

*Краснодар*
*2022 г.*

***ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»***

***Материалы научно-практической конференции***
***на региональной площадке Краснодарского филиала Финуниверситета***
***в рамках второго этапа***
***XII Международного научного студенческого конгресса***
***г. Краснодар, 11-15 марта 2021 г.***

# *Экономика, финансы, проектное управление и социальная сфера России: императивы устойчивости*

текстовое электронное издание

***Краснодар***
***2022 г.***

**УДК 330:339**
**ББК 65.05**
**Э 40**

**Редакционная коллегия:**

| | |
|---|---|
| **Соболев Э.В.,** канд. экон. наук | - председатель оргкомитета конференции, директор Краснодарскогофилиала Финансового университета; |
| **Рюмина Ю.А.,** канд. экон. наук, доцент | - заместитель директора по учебно-методической работе Краснодарскогофилиала Финансового университета; |
| **Константиниди Х.А.,** д-р. экон. наук, доцент | - заведующий кафедрой «Менеджмент и маркетинг» Краснодарскогофилиала Финансового университета; |
| **Игонина Л.Л.,** д-р экон. наук, профессор | - заведующий кафедрой «Экономика и финансы» Краснодарскогофилиала Финансового университета; |
| **Ариничев И.В.,** канд. физ.-мат. наук | - заведующий кафедрой «Математика и информатика» Краснодарскогофилиала Финансового университета; |
| **Титоренко М.Ф.,** д-р ист. наук | - заведующий кафедрой «Философия, история и право» Краснодарскогофилиала Финансового университета; |
| **Артюшкова А.Ю.,** канд. пед. наук | - ответственный за организацию работы Научного студенческого общества Краснодарского филиалаФинансового университета; доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг». |

**Э 40** **Экономика, финансы, проектное управление и социальная сфера России: императивы устойчивости:** Материалы научно-практической конференции на региональной площадке Краснодарского филиала Финуниверситета в рамках второго этапа XII Международного научного студенческого конгресса / под общей редакцией Э.В. Соболева, А.Ю. Артюшковой. — [Электронный ресурс]. – Электрон, текстовые дан. (2,28 Мб). – г. Краснодар, 11-15 марта 2021 г. Издательство: Краснодарский ЦНТИ – филиал ФГБУ «РЭА» Минэнерго России, 2022. – 1 электрон, опт. диск (CD-R). - Систем, требования: процессор x86 с тактовой частотой 500 МГц и выше; 512 Мб ОЗУ; Windows XP/7/8; видеокарта SVGA 1280x1024 High Color (32 bit); привод CD-ROM. - Загл. с экрана.

Рецензент: Молчан А.С., доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры бизнес-аналитики, ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет».

Сборник представлен публикациями, подготовленными по результатам исследований посвященных экономике, финансам, проектному управлению и развитию социальной сферы, которые докладывались в рамках работы Краснодарской региональной площадки XII Международного научного студенческого конгресса.

Текстовое электронное издание

Минимальные системные требования: Компьютер: процессор x86 с тактовой частотой 500 МГц и выше; ОЗУ 512 Мб; 5 Мб на жестком диске; видеокарта SVGA 1280x1024 High Color (32 bit); привод CD-ROM Операционная система: Windows XP/7/8 Программное обеспечение: Adobe Acrobat Reader версии 6 и старше.

**ISBN 978-5-91221-574-2**

**УДК 330:339**
**ББК 65.05**

© Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 2022
© Коллектив авторов, 2022

# СОДЕРЖАНИЕ

## Раздел 1
## ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ: ПОИСК ОПТИМАЛЬНЫХ ПУТЕЙ ПРЕОДОЛЕНИЯ ПАНДЕМИИ


**Бочарова А.Р.** 7
Финансовая доступность и роль развития платежных систем в преодолении пандемии
**Казарян А.В., Романовская А.С.** 13
Эффективность проведения IPO в условиях пандемии на примере «Airbnb» как представителя одной из пострадавших отраслей
**Леонова С.А.** 20
Антикризисная политика в условиях пандемии COVID-19: теоретические подходы и практическое применение
**Мелконян Э.А.** 26
Причины возникновения экономических кризисов и пути их преодоления
**Минкина Д.А., Степанова Г.Ю.** 30
Влияние пандемии COVID-19 на развитие бизнеса в России
**Новгородская В.Б., Саламатина П.Н.** 38
Направления повышения уровня финансовой грамотности как фактор роста доступности рынка финансовых услуг и повышения уровня благосостояния населения в ЮФО и СКФО в условиях пандемии
**Прокопьев М.А.** 47
Влияние на банковскую систему России международных стандартов «Базель 3» в условиях пандемии COVID 19
**Семенюта Д.Д.** 53
Динамика безработицы в условиях пандемии (на примере Краснодарского края)
**Феленюк П.С.** 61
Влияние информатизации на процесс глобализации экономики
**Шабайдаш И.А.** 67
Проблемы банковского сектора РФ в условиях пандемии
**Швец Т.П.** 72
Региональные бюджет: последствия пандемии (на примере Краснодарского края)
**Смирнов О.С.** 79
Налоговая политики РФ в период пандемии: содержание и инструменты

## Раздел 2
## СОВРЕМЕННЫЙ БИЗНЕС, ИННОВАТИКА И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

**Романова А.В., Петросян С.К.** 88
Анализ функциональной эффективности Bootstrap
**Каракиян О.О.** 95
Актуальность использования технологии чат-ботов при взаимодействии с контрагентами производственного предприятия
**Романова А.В., Петросян С.К.** 103
Анализ влияния игровой индустрии на бизнес
**Полуяктова Н.В.** 109
Формирование дополнительных требований к информационной системе медицинской лаборатории для эффективной реализации бизнес-процесса – забор анализов на дому

## Раздел 3
## СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ И УГРОЗЫ: РОЛЬ СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

**Абдуллаев Р.** 119
Жизнь бизнеса после пандемии (бизнес-тренды 2020-2021 гг.)
**Горячая Ю.Б.** 124
Креативный подход к формированию названий современных явлений в бизнесе
**Крылосова Д.Н.** 128
Требования к менеджерам XXI века
**Люлькова Д.В.** 134
Кросс-маркетинг во время пандемии
**Мягкова Д.А.** 139
Возможные пути выхода из кризисной ситуации для организаций туристического сектора
**Сабельникова А.А.** 145
Корпоративная социальная ответственность в современном бизнесе
**Шманай А.А.** 151
Психологический портрет кандидата при подборе персонала в бирюзовую организацию
**Уткин А.А.** 157
Основные тренды мотивации персонала в клиентоориентированных компаниях

## Раздел 4
## ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО СОЦИУМА В КОНТЕКСТЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ПРАКТИКИ ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

**Горячая Ю.Б.** 166
Влияние нейромаркетинга на потребительский спрос
**Давыдова Д.С.** 170
К вопросу о последствиях пандемии для молодёжи
**Казарян А.В., Романовская А.С.** 178
Анализ развития электронных средств платежа
**Минкина Д.А.** 184
Влияние пандемии COVID-19 на деятельность малого и среднего бизнеса в России
**Мягкова Д.А.** 191
Проблемы оказания кризисной помощи женщинам
**Рявкин З.З.** 196
Проявления коллаборационизма на территории Краснодарского края в годы Великой Отечественной войны
**Текучева А.И.** 204
Эволюция прав человека под условия информационного общества
**Шаронова К.С.** 212
Знание истории в современной России: деградация молодых людей или оплошность системы образования?

# Р а з д е л 1

# ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ: ПОИСК ОПТИМАЛЬНЫХ ПУТЕЙ ПРЕОДОЛЕНИЯ ПАНДЕМИИ

**УДК 336.717.18**

***Бочарова А.Р.,***
*студент 4 курса,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail:aleksa04052000@mail.ru*

***Научный руководитель:***
***Мамонова И.В.,***
*к. э. н., доцент,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: IVMamonova@fa.ru*

## Финансовая доступность и роль развития платежных систем в преодолении пандемии

**Аннотация:** в статье рассматривается роль цифровых технологий и платежных систем в преодолении пандемии, выявляются финансовые проблемы и пути их решения в период пандемии. Выявлен по данным статистики финансовый показатель платежных систем, на который благоприятно повлияла возникшая пандемия коронавируса. Представлены основные стимулирующие возможности использования цифровых технологий.

**Ключевые слова:** цифровые технологии, платежные системы, безналичные расчеты, преодоление пандемии.

***Bocharova A.R.,***
*student, 4 courses,*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: aleksa04052000@mail.ru*

***Scientific Adviser:***
***Mamonova I.V.,***
*Docent, Candidate of Science (Economics)*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: IVMamonova@fa.ru*

# Financial accessibility and the role of payment systems development in overcoming the pandemic

**Abstract:** the article examines the role of digital technologies and payment systems in overcoming the pandemic, identifies financial problems and ways to solve them during a pandemic. According to statistics, the financial indicator of payment systems was revealed, which was favorably influenced by the emerging coronavirus pandemic. The main incentive opportunities for the use of digital technologies are presented.

**Key words:** digital technologies, payment systems, cashless payments, overcoming the pandemic.

Сложная эпидемиологическая обстановка в мире затронула все сферы жизни общества, стала испытанием для мировой финансовой системы [1], и порождая трансформацию социально-экономических систем [2] повлекла за собой необратимые последствия для экономики всех стран: рост уровня безработицы, разорение малого и среднего бизнеса, нехватка медицинского оборудования и мощностей. Преодоление последствий пандемии является приоритетной задачей и вызовом для общества, ведь от эффективности принятых мер зависит наше благополучие. Именно этим обусловлена актуальность данной темы.

Беспрецедентный социально-экономический кризис, вызванный пандемией COVID-19, высветил роль цифровых финансов в оказании помощи миллионам людей во всем мире, поддержке предприятий и защите рабочих мест и средств к существованию. Заметим, что пандемия демонстрирует непосредственные преимущества цифровых финансов. Технологии мобильных платежей превратили мобильные телефоны в финансовые инструменты для более миллиарда человек. Цифровые финансы поддерживают данные и искусственный интеллект в продвижении криптовалют и криптоактивов, одноранговое кредитования, краудфандинговых платформ и онлайн-рынков [3].

Цель работы - выявить роль цифровых технологий, а также раскрыть роль развития платежных систем в преодолении пандемии.

Исходя из цели, выделим основные задачи данной работы:

– определить возможности использования цифровых технологий в финансовой сфере;

– рассмотреть финансовые проблемы зарубежных стран, и пути их решения в период пандемии;

– рассмотреть статистику Банка России и выявить финансовый показатель платежных систем, на который благоприятно повлияла возникшая пандемия коронавируса.

Банки вложили более 1 триллиона долларов США в разработку, интеграцию и приобретение новых технологий. В 2018 году инвестиции в финансовые технологии достигли 120 миллиардов долларов США, что составляет одну треть мирового венчурного финансирования [4].

26 августа 2020 года в новом отчете Целевой группы Генерального секретаря ООН по цифровым финансам «Народные деньги: использование цифровых технологий для финансирования устойчивого будущего», излагается амбициозная практическая программа действий. В нем разъясняется, как можно использовать цифровое финансирование таким образом, чтобы дать гражданам возможность стать налогоплательщиками и инвесторами в представлении масштабной цифровой трансформации, которая лучше увязывает деньги людей с их потребностями, коллективно выраженными в Целях устойчивого развития (ЦУР).

В отчете также отражается как миллиарды людей во всем мире реагируют на пандемию COVID-19, используя цифровые инструменты для работы, трат и общения. В нем утверждается, что

существует историческая возможность использовать цифровизацию для предоставления гражданам, конечным владельцам мировых финансовых ресурсов, контроля над финансами, чтобы обеспечить соответствие их потребностям сегодня и в будущем.

Целевая группа определяет пять стимулирующих возможностей использования цифровых технологий для согласования финансирования с ЦУР. Вместе они охватывают большую часть мировых финансов:

– согласование огромных пулов, проходящих через глобальные рынки капитала с ЦУР.

– повышение эффективности и подотчетности государственных финансов, составляющих основную часть мировой экономики.

– направление внутренних сбережений, агрегированных в цифровой форме, на долгосрочное финансирование развития внутренних рынков капитала в странах с развивающейся экономикой

– информирование граждан о том, как связать свои потребительские расходы с ЦУР.

– ускорение жизненно важного финансирования для занятости и получения дохода в сфере малого и среднего бизнеса.

Программа действий Целевой группы — это призыв к действию для предприятий, политиков и лиц, управляющих финансами, сделать все возможное для реализации этих возможностей. В нем разъясняется не только «что», но и «как»: инвестиции, новые возможности и инновации в управлении могут выполнить свою работу. Рабочая группа пришла к выводу, что использование цифровых технологий во благо — это выбор, а не неизбежность, обусловленная технологиями. Его программа действий указывает на действия, необходимые для преодоления цифровых рисков, которые, если их не уменьшить, могут усугубить изоляцию, дискриминацию и неравенство и еще больше отделить финансирование от потребностей всеохватного и устойчивого развития [5].

Еще раз подчеркнем, что кризис, возникший вследствие коронавируса, ослабляет мировую экономику. Для решения и преодоления этого кризиса правительства многих стран проводят политику прямого перевода денег домашним хозяйствам, а также малым и средним предприятиям в качестве помощи. Финансовая доступность и развитие платежных систем очень важны для

предоставления этих денег нуждающимся домохозяйствам и предприятиям.

Некоторые страны Латинской Америки уже переводят средства своих социальных программ прямо на банковские счета. Однако простого платежа на банковский счет может быть недостаточно, поскольку семьям все равно придется ехать в банк (который может быть далеко). Например, в исследовании, проведенном в Мексике, было обнаружено, что даже в городских районах бедным семьям, которые получали пособия по программе Progresa/Oportunidades/Prospera непосредственно на банковский счет, приходилось преодолевать около пяти километров, чтобы получить доступ к своим сбережениям. Это небезопасно во время пандемии и совершенно неосуществимо в период изоляции. Одно из решений - предоставить дебетовые карты, чтобы эти семьи могли получить доступ к своим деньгам в любом банкомате или использовать их напрямую для покупок в магазинах (или даже для покупок в Интернете). Анализ и исследование проблемы показали, что в регионах, где правительство распространяет дебетовые карты, все больше предприятий начали применять финансовые технологии для приема платежей по картам [5].

В целом обзор ситуации показывает, что в странах, где правительства, перечисляющие средства на основе социальных программ непосредственно на банковские счета, связанные с такими способами оплаты как дебетовые карты, используют наиболее быстрый и эффективный способ перевода денег семьям, пострадавшим от этого кризиса.

По итогам 2020 года Россия достигла исторического максимума по доле безналичного торгового оборота. Нужно отметить, что безналичные расчеты кардинально изменили свою тенденцию из-за пандемии. Наглядно можно наблюдать как выросла доля безналичных платежей за 2018-2020 гг. (рисунок 1).

Согласно оценке Банка России, в 2018 г. показатель составлял 28,3 %, а в 2019 году вырос на 20,9 % и составил 49,2 %. За весь 2020 г. данный показатель достиг 54,1%, что на 4,9 % выше уровня прошлого года и снова наблюдается исторический максимум.

К концу 2021 года доля безналичных платежей в России может достигнуть 75%, а уже к 2022-му году способна вырасти до 80%. Об этом говорят специалисты сервиса Cloud Payments. Динамику, которую мы наблюдаем, можно объяснить ускоренным развитием

российской онлайн-торговли, а также системы бесконтактных платежей.

Рисунок 1 - Доля безналичных платежей в России за 2018-2020 гг., %

Резюмируя вышесказанное, можно отметить, что в России с каждым днем все большее количество людей отказываются от наличных денег в пользу банковских карт. Очевидно, что на такой исход событий повлияла возникшая пандемия коронавируса и последующие карантинные ограничения.

Основная угроза восстановлению экономики — это выживание и дальнейшее эффективное функционирование малого и среднего предпринимательства (МСП), в области которого занята значительная часть глобальной рабочей силы.

Следовательно, необходимо активнее использовать цифровые технологии [6]. Безусловно, в большинстве стран применяется ряд мер, который направлен на противодействие распространению новой пандемии, но первый ее вызов уже сформировал условия для значительного ускорения развития цифровых технологий и цифровой экономики, которые становятся определяющими факторами высокой конкурентоспособности в современных условиях.

## Литература

1. Игонина Л.Л. Финансовая система и финансовая политика в контексте задач обеспечения социохозяйственного развития // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2013. Т. 9. № 43 (232). С. 2-8.

2. Вихарев В.В. Тенденции трансформации социально-экономической системы России. В сборнике статей Международной научно-практической конференции: «Научно-правовое обеспечение

развития инновационной экономики и модернизации промышленной политики России» / под редакцией А.С. Кобилева, А.В. Плотникова (Израиль), Ж.Л. Трюэля (Франция) и др., 2012. С. 52-57.

3. Современная архитектура финансов России. Эскиндаров М.А., Масленников В.В., Абрамова М.А., Авис О.У., Адвокатова А.С. и др. – М.: ООО «Когито-Центр», 2020. – 488 с.

4. Денисенко Т.А., Мамонова И.В. Проблемы развития малого бизнеса в российской федерации в современных условиях и пути их решения // В сборнике: Национальные экономики в условиях глобальных и локальных трансформаций. сборник статей международной научно-практической конференции. 2017. С. 64-68.

5. Официальный сайт ООН [Электронный ресурс]// https://www.un.org/ru/

6. Рецепт от банкиров: финансисты мира обсудили выход из последствий пандемии [Электронный ресурс] // https://vc.ru/finance/157239-recept-ot-bankirov-finansisty-mira-obsudili-vyhod-iz-posledstviy-pandemii

6 Ядгаров Я.С., Сидоров В.А., Соболев Э.В. Кредитно-банковская компонента феномена рыночного хозяйства: трансформация методологического подхода к развитию цифровизации и фиктивизация капитала // Финансы: теория и практика. 2019. Т. 23. № 5 (113). С. 115-125.

**УДК 336.763**

***Казарян А.В., Романовская А.С.,***
*студенты 3 курса,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: kazaryan_armin22@mail.ru.*
*Nastya-romanovskaya@inbox.ru*

***Научный руководитель:***
***Маничкина М.В.,***
*к.э.н., доцент*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*

*e-mail: MVManichkina@fa.ru*

## Эффективность проведения IPO в условиях пандемии на примере «Airbnb» как представителя одной из пострадавших отраслей

**Аннотация:** основная цель статьи - рассмотреть преимущества проведения IPO в разных экономических ситуациях. Авторами проведён анализ эффективности проведения IPO компанией «Airbnb», оказавшейся под тяжёлым ударом пандемии 2020 года. В ходе исследования финансовых показателей дана оценка принятого решения и выделено его значение для компании.

**Ключевые слова:** IPO, экономика, коронавирус, восстановление.

***Kazaryan A.V., Romanovskaya A.S.,***
*students, 3 course,*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: kazaryan_armin22@mail.ru*
*Nastya-romanovskaya@inbox.ru*

***Scientific Adviser:***
***Munichkina M.V.,***
***Ph. D., Associate Professor***
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: MVManichkina@fa.ru*

## The effectiveness of IPOs in the context of a pandemic on the example of «Airbnb» as a representative of one of the affected industries

**Abstract:** the main purpose of the article is to consider the advantages of holding an IPO in different economic situations. The authors analyzed the effectiveness of the IPO by Airbnb, which was hit by the 2020 pandemic. During the study of financial indicators, the decision was assessed and its significance for the company was highlighted.

**Key words:** IPO, economics, coronavirus, recovery.

2020 год стал прорывным в отношении инвестиций. Весеннее падение на фондовом рынке привело к рекордному открытию брокерских счетов во всем мире. Одним из лучших способов инвестирования стали вложения в акции перспективных организаций, выходящие на IPO.

Первичное публичное размещение акций, или IPO (Initial Public Offering), — первая публичная продажа акций компании неограниченному кругу лиц. Компания выпускает свои акции и размещает их на бирже, и любой желающий инвестор или инвестиционный фонд могут приобрести бумаги данной компании. IPO является достаточно затратным процессом, но, если размещение акций пройдёт успешно, компания сможет привлечь большую сумму.

Публичное размещение акций даёт компаниям большое количество преимуществ. Во-первых, это заработок. Компания даёт возможность инвесторам торговать её ценными бумагами, что привлекает дополнительные инвестиции для её дальнейшей деятельности [1]. Во-вторых, компания становится известна для большого числа инвесторов, что делает бизнес более узнаваемым. В-третьих, поскольку при выходе на биржевые площадки компания обязана предоставить прозрачную отчётность за несколько лет, это повышает её престижность и привлекает новых партнёров по бизнесу [2].

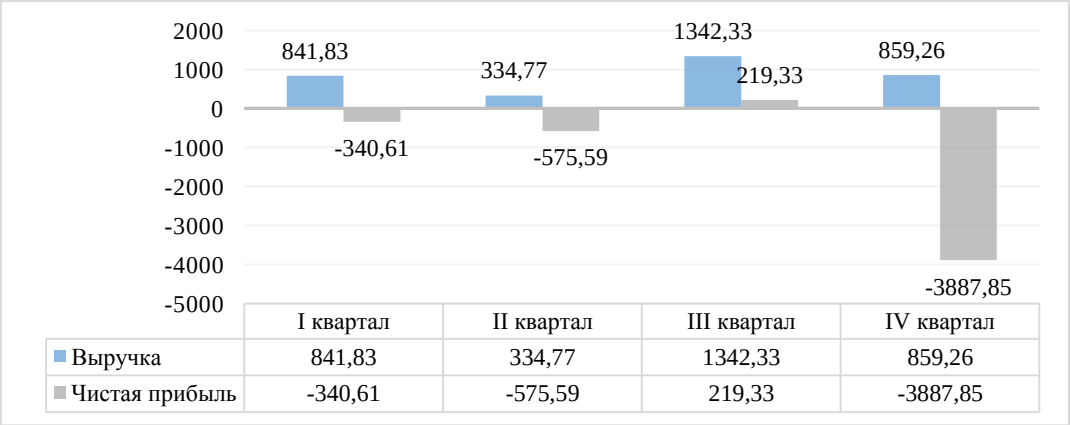
Наиболее популярным выбором большинства компаний для проведения первичного размещения бумаг являются американские биржи. За 2020 год IPO на американском рынке провели 480 компаний.

Прошедший 2020 год стал «бумом» на рынке IPO. Одним из самых запоминающих в 2020 году стало IPO Airbnb, показавшее все мастерство андеррайтеров. При весенней оценке капитализации в 17 млрд долл. США, андеррайтеры осведомили публику об её увеличении до 30 млрд долл. США после размещения акций, привлекая большое количество инвесторов. При начальной цене 68 долларов США за акцию, цена размещения достигла 144 доллара США за акцию, а капитализация компании увеличилась до рекордных 86 млрд долл. США, что считалось невозможным для бизнеса путешествий в пандемическом 2020 году [3].

Airbnb представляет собой торговую интернет-площадку для путешественников. Компания предлагает съёмное жилье, проживание в семье и туристическое обслуживание через сайты и мобильные

приложения. Airbnb является одним из символов развивающейся шеринговой экономики (sharingeconomy), основанной на совместном использовании.

Коронавирус нанёс тяжелейший удар по всей индустрии гостеприимства, включая и Airbnb. За девять месяцев 2020 года сервис потерял больше денег, чем за весь прошлый год. 26 февраля 2021 года Airbnb опубликовала свою первую отчётность с тех пор, как он вышла на NASDAQ в декабре 2020 года. На рисунке 1 видно, что объем продаж компании, составлявший в IV квартале 2019 года 1,1 млрд долл. США, упал.




| | I квартал | II квартал | III квартал | IV квартал |
|---|---|---|---|---|
| Выручка | 841,83 | 334,77 | 1342,33 | 859,26 |
| Чистая прибыль | -340,61 | -575,59 | 219,33 | -3887,85 |

Рисунок 1 - Финансовые результаты Airbnb за 2020 год, млн долл. США [4]

В IV квартале чистый убыток достиг 3,9 млрд долл. США против 351 млн долл. США годом ранее. Такой большой чистый убыток был получен из-за издержек, связанных с проведением IPO. Снижение выручки Airbnb за 2020 год составило 30% относительно 2019 года, что лучше результатов конкурентов компании Expedia и Booking.com, где снижение составило 67% и 63% соответственно. Несмотря на определённые сложности, компания смогла найти оптимальные пути и провести первичное размещение в конце года, которое планировалось провести ещё в марте 2020 года [5].

Проведение IPO помогло привлечь компании более 2 млрд долларов США, но этого, безусловно, не хватает на восстановление после пандемии. Именно по этой причине Airbnb отказалась от прямого листинга, в ходе которого привлечь капитал не получилось бы, в пользу традиционной процедуры IPO.

Компания Airbnb смогла быстро подстроиться под условия пандемии и принять правильные управленческие решения. Во втором

квартале 2020 года количество забронированных ночей упало до 28 млн (во втором квартале 2019 года данный показатель был равен 84 млн). Данная статистика стала шоком для компании. Однако, это сыграло свою роль в изменении ее стратегии. Если до пандемии стратегия компании была направлена на путешествия в большие города, то в 2020 году направлением путешествий стали небольшие близлежащие города (не более 500 км от постоянного места жительства). Это было сделано потому, что многие люди в период распространения коронавирусной инфекции для того, чтобы минимизировать опасность заражения, предпочитали частные отдельно стоящие дома в маленьких городах [5]. По словам генерального директора Airbnb, Брайана Чески, «больше гостей остановились в Сицилии, чем во Флоренции и Венеции вместе взятых, и больше в Девоне (графство в Англии), чем суммарно в Оксфорде и Кембридже» [6].

Благодаря слаженным и рациональным действиям сотрудников, у компании появилась возможность в IV квартале 2020 года сохранить объем бронирования на 17% ниже по отношению к 2019 году, когда аналитики прогнозировали спад более 50% [6].

Несмотря на все трудности 2020 года компания смогла провести IPO, которое стало одним из самых успешных. Но почему выход Airbnb на биржу настолько важен для неё, и что это даст компании? Проведение IPO стоит любой компании немалых средств, в чем мы убедились при анализе финансовых показателей Airbnb за 2020 год. У компании были убытки в течение почти всего года, но руководство приняло решение о проведении IPO. Эффективность принятого решения можно определить, используя количественные методы.

В ходе IPO Airbnb планирует привлечь 2,5 млрд долларов США. Выручка компании за год составила 3,4 млрд долл. США. Совокупный капитал компании равен 10491 млн долл. США, при этом 2901 млн долл. США собственный капитал и 7589 млн долл. США заёмный капитал [4]. Средняя процентная ставка по заёмному капиталу составляет 5,75%. Стоимость собственного капитала компании составит 14,64% (формула 1):

$$r_{CK} = 3\% + 8\% \times 0{,}08 + 11\% = 14{,}64\% \quad (1)$$

Средневзвешенная стоимость капитала (WACC) составит 7,334% (формула 2).

$$WACC = \frac{0{,}0575 \times (1 - 0{,}21) \times 7589 + 0{,}1464 \times 2901}{10491} = 7{,}334\%$$

(2)

Смета расходов на проведение IPO представлена в таблице 1:

Таблица 1 – Смета расходов Airbnb на участие в IPO [4]

| № п/п | Статьи затрат | Сумма, тыс. долл. США |
|---|---|---|
| 1 | Постоянные затраты | 184 075 |
| 1.1 | Прямые расходы | 175 510 |
| 1.1.1 | Услуги инвестиционного банка (7% от эмиссии) | 175 000 |
| 1.1.2 | Услуги юридической компании | 200 |
| 1.1.3 | Аудит | 300 |
| 1.1.4 | Создание отдела для подготовки обязательной отчетности для публичной компании (приобретение технического оборудования) | 10 |
| 1.2 | Косвенные затраты | 8 565 |
| 1.2.1 | Внедрение корпоративной информационно-аналитической системы для подготовки финансовой отчетности GAAP | 5 200 |
| 1.2.2 | Налоговые затраты при реорганизации юридической структуры | 3 125 |
| 1.2.3 | Реорганизация и совершенствование процедур корпоративного управления | 85 |
| 1.2.4 | Создание комитета по компенсациям и вознаграждениям | 25 |
| 1.2.5 | Создание комитета по внутреннему контролю | 70 |
| 1.2.6 | Создание службы стратегического планирования | 60 |
| 1.3 | Итого постоянные затраты с учетом их равномерного распределения на пятилетний период | 36 815 |
| 2 | Переменные затраты | 8 098,5 |
| 2.1 | Прямые затраты | 46 |
| 2.1.1 | Создание отдела для подготовки обязательной отчетности для публичной компании (заработная плата сотрудников) | 16 |
| 2.1.2 | Раскрытие информации перед публичными инвесторами | 30 |
| 2.2 | Косвенные затраты | 8 052,5 |
| 2.2.1 | Увеличение налоговой нагрузки вследствие реализации «прозрачной» финансовой модели | 7 812,5 |
| 2.2.2 | Создание службы по связям с инвесторами | 240 |
| 2.3 | Итого затрат с учетом равномерного распределения постоянных расходов на пятилетний период | 44 913,5 |

Следовательно, стоимость привлечения капитала составит 1,79% (44913,5 тыс. долл. США / 2500000 тыс. долл. США). Учитывая данный факт, можно сказать, что проведение процедуры IPO является правильным решением управленческого коллектива Airbnb, так как средневзвешенная стоимость капитала компании выше стоимости привлечения капитала через IPO.

Волна пандемии 2020 года помогла взглянуть на тревел-бизнес Airbnb с неожиданной стороны. В жизнь большинства людей всерьез и надолго вошла удалённая работа, которую можно объединить с

путешествиями. Все в совокупности изменило понятие путешествие, скорее всего, навсегда. С помощью своевременных изменений, Airbnb сможет расти и развиваться в будущем, ведь желание человека путешествовать фундаментально и неистребимо.

Исследование показало, что большинство компаний предпочитают IPO в качестве способа привлечения денежных средств, так как он имеет множество преимуществ. Пример успешного IPO Airbnb показал, что публичное размещение акций может сильно увеличить капитализацию компании. 2020 год, несмотря на все трудности, стал рекордным для рынка IPO за последние несколько лет. IPO открывает для компании ряд возможностей, которые способствуют её развитию и укреплению на рынке.

## Литература


1. Игонина Л.Л. Российские финансовые институты: особенности функционирования и тенденции развития в современных условиях // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2011. № 4 (46). С. 2-9.
2. Игонина Л.Л. Банки и инвестиционный процесс // Финансы и кредит. 2008. № 27 (315). С. 2-9.
3. IPO «Airbnb» [электронный ресурс] // Сайт РБК // URL: https://quote.rbc.ru/news/article/5fca7f839a79470e0df94456 (дата обращения: 01.03.2021).
4. Отчётность компании «Airbnb» [электронный ресурс] // Сайт Airbnb // URL: https://s26.q4cdn.com/656283129/files/doc_financials/2020/q4/Airbnb_Q4-2020-Shareholder-Letter_Final.pdf (дата обращения: 01.03.2021).
5. Как Airbnb пережила пандемию и проводит IPO [электронный ресурс] // Сайт Forbes // URL:https://www.forbes.ru/tehnologii/415349-nekotorye-ne-byli-uvereny-vyzhivem-li-my-kak-airbnb-perezhila-pandemiyu-i-provodit (дата обращения: 25.02.2021).
6. Трудности компании «Airbnb» в 2020 году [электронный ресурс] // Сайт Forbes // URL: https://www.forbes.ru/newsroom/biznes/422083-airbnb-rasskazal-ob-ubytkah-posle-ipo(дата обращения: 01.03.2021).

**УДК 338.1/336.14**

***Леонова С.А.,***
*студент 2 курса,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: 109082@mail.ru*

***Научный руководитель:***
***Игонина Л.Л.,***
*д.э.н., профессор,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский Филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: LLIgonina@fa.ru*

# Антикризисная политика в условиях пандемии COVID-19: теоретические подходы и практическое применение

**Аннотация:** в статье рассматриваются теоретические подходы к проведению антикризисной политики и основные меры поддержки экономики, принятые в период пандемии в разных странах. Проанализирован отечественный и зарубежный опыт антикризисной политики в условиях пандемии COVID-19.

**Ключевые слова:** пандемия, антикризисная политика, меры поддержки, монетарная и фискальная политика.

***Leonova S.A.,***
*student, 2 courses,*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: 109082@mail.ru*

***Scientific Adviser:***
***Igonina L.L.,***
*Doctor of Economics, Professor,*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*

*Krasnodar, Russia*
e-mail: LLIgonina@fa.ru

# Anti-crisis policy in the context of the COVID-19 pandemic: theoretical approaches and practical application

**Abstract:** the article discusses theoretical approaches to anti-crisis policy and the main measures to support the economy, taken during the pandemic in different countries. Analyzed the domestic and foreign experience of anti-crisis policy in the context of the COVID-19 pandemic.

**Key words:** pandemic, anti-crisis policy, support measures, monetary and fiscal policy.

Пандемия COVID-19 стала настоящим испытанием для многих субъектов экономики и для всего мирового хозяйства в целом. Все страны в той или иной степени столкнулись со смертельной угрозой коронавируса. Различные ограничения, принятые в первой половине 2020 года, такие, как закрытие заведений массового скопления людей и мест общепита, ограничение передвижения граждан, самоизоляция населения, негативно повлияли на экономическую ситуацию не только нашей страны, но и ряда зарубежных государств. Пострадало производство во многих отраслях, что стало причиной падения доходов населения и предприятий. Больше всего убытков понесли такие сферы, как розничная торговля, туризм, авиаперевозки и автомобилестроение. Большинству из них понадобится достаточно много времени для восстановления. Для того, чтобы помочь пострадавшим субъектам экономики, государство разрабатывает различные программы, выделяет средства. Однако из-за снижения доходов населения и предприятий уменьшается и величина налогов, а именно они составляют основную часть доходов бюджета государства [1]. Возникает проблема увеличения расходов государства при уменьшении его доходов

Ещё до пандемии специалисты ожидали очередной экономический кризис в 2019 году. На это повлиял ряд факторов: перекапитализация рынков, перегрев фондовых рынков, замедление экономического роста развитых стран. На рисунке 1 четко видны провалы в 1998, 2001, 2009 годах.

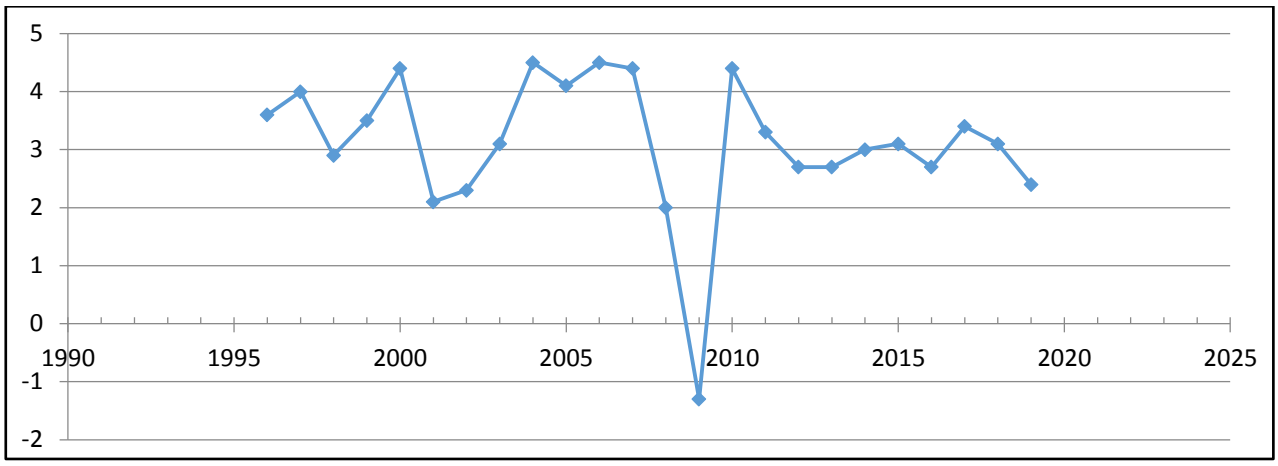



Рисунок 1 - Индекс физического объема мирового ВВП, в % к предыдущему году

Они связаны с экономическими кризисами тех лет [2, 3]. Во второй половине 2019 года стало ясно, что мировая экономика движется в сторону очередной рецессии (это видно и на графике), но была надежда на то, что ситуация в 2020-2021 гг. все-таки улучшится и в скором времени последует стремительный рост. Однако из-за пандемии COVID-19 этого не произошло.

Для поддержки сильно пострадавших от последствий пандемии субъектов экономики государство разрабатывает антикризисную политику, направленную на помощь предприятиям, индивидуальным предпринимателям и домохозяйствам. Под антикризисной политикой понимают совокупность мер, осуществляемых государственными органами для выхода из кризиса и восстановления экономики. Данные программы выражаются в следующих формах: льготные займы, отсрочки налоговых платежей, государственное страхование и др.

В рамках правительственных программ помощь оказывалась по двум основным направлениям:

1. Помощь населению. Проводились различные мероприятия по поддержке наиболее уязвимых слоев населения и людей, оставшихся в трудном материальном положении. Так в ряде государств во время пандемии были увеличены пенсии, стипендии, различные социальные выплаты, пособия по безработице.

2. Поддержка малого и среднего предпринимательства. Правительства многих стран были озадачены тем, как помочь бизнесу в период пандемии и при этом не усугубить эпидемиологическую ситуацию. Многие страны освобождали субъекты малого и среднего бизнеса от налоговых платежей, реструктурировали их долг, а так же

выплачивали дополнительные компенсации особо пострадавшим отраслям экономики.

Все антикризисные мероприятия делятся на меры монетарной (денежно-кредитной) политики [4], при помощи которых происходит управление денежной массой, регулирование совокупного спроса с целью установления равновесия на денежном рынке и меры фискальной политики, которые подразумевают воздействие на экономику с помощью изменения величины расходов или доходов бюджета государства [5].

Ученые имеют различные мнения по поводу того, каким образом должна происходить поддержка пострадавших во время пандемии субъектов экономики. По мнению Дж. Стиглица, для помощи домохозяйствам и предпринимателям необходимо сократить риски инвестирования, для этого нужно предоставить предпринимателям льготные займы на условии сохранения заработной платы своим сотрудникам на определенном уровне. Кроме того, следует создать условия для роста расходов домохозяйств и фирм, в этом поможет льготное страхование кредитов, использование образовательных кредитов, потребительских ваучеров, ипотечных займов. М. Луккезе и М. Пьянта считают, что наиболее эффективными являются методы фискальной политики. Так, по их мнению, следует увеличить расходы на общественные услуги, стимулирование производства, а также инвестировать в инновации [5].

Рассмотрим конкретные меры поддержки, проводимые в разных странах. Так, например, в Европе были проведены такие меры монетарной политики, как смягчение требований к предоставлению кредитов банкам и к показателям ликвидности банков, создание аукционов по сниженной процентной ставке равной 0,5%, инъекции ликвидности Европейского центрального банка в экономику. Что касается мер фискальной политики, то были введены налоговые отсрочки, предоставлены государственные гарантии предприятиям, реализован комплекс программ в сфере здравоохранения, предоставлены субсидии населению и субъектам малого и среднего бизнеса [6].

Правительство Великобритании во время пандемии приняло решение о снижении ставки до 0,1%, что сделало кредит практически бесплатным. Такая мера стала ощутимой поддержкой для предпринимателей. Кроме того, в 3 раза выкуп облигаций

увеличился, крупные компании стали применять векселя в своих расчетах. Смягчились требования к банкам, в частности, были отменены стресс-тестирования. В рамках мер фискальной политики были введены налоговые каникулы для бизнеса, выданы кредитные гарантии, созданы фонды поддержки физических лиц [7].

В США были проведены такие меры монетарной политики, как увеличение лимитов по операциям, создание программы для обмена банками казначейских облигаций США на доллары, смягчение условий кредитования, снижение ставки до 0,25%. Меры фискальной политики включили в себя: программы по поддержке сферы здравоохранения, выкуп необеспеченных займов предприятий, меры по поддержке населения, количественные смягчения на 700 млрд. долларов и другие [6].

Рассмотрев меры поддержки субъектов экономики, проводимые за рубежом, обратимся к отечественной антикризисной политике. В России были приняты такие меры, как смягчение условий кредитования предприятий, мораторий на проверки субъектов малого и среднего бизнеса, отсрочки уплаты налогов, снижение ключевой ставки до 4,25%, организация резерва в размере до 300 миллиардов рублей, реструктуризация кредитов пострадавших компаний, социальные выплаты многодетным семьям и особо пострадавшим слоям населения и другие [6].

Все антикризисные меры, принятые в период пандемии, хороши только в краткосрочном периоде. Политика дешевых денег лишь на некоторое время помогает предпринимателям: делает кредиты доступными. Правительство и центральный банк при помощи данной политики стремятся увеличить массу денег в обращении. Низкие процентные ставки снижают предпочтения домохозяйств к размещению денег на банковских депозитах. Однако это не всегда так. Так как политика проводится в условиях кризиса, население опасается вкладывать средства в другие сферы, стремится создать некую подушку безопасности, поэтому открывает банковские вклады. Вследствие этого у банков накапливается излишняя ликвидность.

Для того, чтобы выйти из кризиса, необходимо перестроить экономику на новой технологической основе. Это обеспечит возможность преодоления экономического кризиса и перехода к устойчивому экономическому росту.

Обобщая теоретические подходы и практику их применения, можно сделать вывод, что экономика нуждается в инструментах как

монетарной, так и фискальной политики. Главное - это найти между ними баланс.

## Литература


1. Финансы: учебное пособие / Л.Л. Игонина, М.В. Радченко, Э.В. Соболев, Н.В. Тимошенко; под ред. Л.Л. Игониной. – М.: РУСАЙНС, 2019. 298 с.
2. Игонина Л.Л. Финансовый кризис и стратегия развития финансового рынка России // Экономическая наука современной России. 2009. № 1 (44). С. 52-61.
3. Соболев Э.В. Трансформация экономических кризисов: содержательное постоянство в меняющихся формах // Путеводитель предпринимателя. 2021. Т. 14. № 2. С. 78-85.
4. Игонина Л.Л. Оценка эффективности бюджетно-налоговой политики: ретроспективный и целеориентированный подходы // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2014. Т. 10. № 28 (265). С. 2-10.
5. Игонина Л.Л. Воздействие фискальной и монетарной политики на развитие экономики и социальной сферы // Финансы и кредит. 2014. № 15 (591). С. 37-45.Александрова В.А. Влияние мер по борьбе с COVID‑19 на мировую экономику. E-Scio. 2020. №4. С. 353–360.
6. Петрова Л.А., Кузнецова Т.Е., Володин В.М. Сценарии развития экономик развитых стран и России в условиях постпандемии // Финансы: теория и практика. Т. 24. № 4. 2020.С. 47-57.
7. План первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики в условиях ухудшения ситуации в связи с распространением новой коронавирусной инфекции / Минэкономразвитие РФ// [электронный ресурс] - https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/plan_pervoocherednyh_meropriyatiy_v_svyazi_s_novoy_koronavirusnoy_infekcii.html

**УДК 338**

***Мелконян Э.А.,***
*студент 1 курса,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: melkoned@gmail.com*

***Научный руководитель:***
***Маркарян В.Р.,***
*к.э.н., доцент,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: VRMarkarian@fa.ru*

# Причины возникновения экономических кризисов и пути их преодоления

**Аннотация:** в статье рассматриваются основные причины возникновения кризисов в экономике. Нарушение равновесия между совокупным спросом и совокупным предложением приводит к «тромбу» в экономике. Часть финансов страны оказывается «завязанной» в нереализованном товаре. Это является актуальной проблемой в условиях рыночной экономики.

**Ключевые слова:** экономика, рынок, кризис, антикризисное регулирование, стимулирование внутреннего рынка, финансовая система.

***Melkonyan E.A.,***
*student, 1 course,*
*Financial University under the Government*
*of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: melkoned@gmail.com*

***Scientific Adviser:***
***Markaryan V.R.,***

*Financial University under the Government*
*of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: VRMarkarian@fa.ru*

## Causes of economic crises and ways to overcome them

**Abstract:** the article examines the main reasons for the emergence of crises in the economy. The imbalance between aggregate demand and aggregate supply leads to a "clot" in the economy. Part of the country's finances is “tied up” in unrealized goods. This is an urgent problem in a market economy.

**Key words:** economy, market, crisis, anti-crisis regulation, stimulation of the domestic market, financial system.

Существует ряд общих причин развития экономического кризиса. Это могут быть общее перенасыщение рынка, неправильно выбранная стратегия развития, неэффективная работа менеджмента (правительства). Скорость и методы преодоления кризиса во многом зависят от того, каковы причины его возникновения и как быстро он будет выявлен. Кризис может выступать как следствие неэффективного управления при, как отсутствии стратегии развития, так и ее неправильного выбора [1], как закономерность развития социально-экономических систем [2], а также причина или следствие причина трансформационных процессов в экономике [3].

В этом случае необходимо создать рабочую группу, которая наделяется особыми полномочиями. У нас в стране всеобъемлющими полномочиями и влиянием обладают такие структуры, как Центральный банк, Министерство финансов РФ, Министерство экономического развития РФ. Эта группа должна собрать необходимую информацию и разработать план антикризисных мероприятий (план финансового оздоровления). В зависимости от причин и глубины кризиса, план может предусматривать различные меры.

Для всех государств причины возникновения финансового кризиса индивидуальны [4]. Однако можно выделить несколько инструментов экономического регулирования, являющихся универсальными для преодоления кризиса.

1. Снижение затрат. В неблагоприятных финансовых условиях – это нормирование всех статей затрат и жесткий контроль исполнения установленных нормативов.

2. Стимулирование экономического роста. Происходит за счет поддержания предприятий малого и среднего бизнеса субсидиями и льготным кредитованием.

3. Оптимизация денежных потоков. Для того чтоб выявить, как и на что и с какой эффективностью тратятся деньги, необходимо расставить приоритеты текущих платежей. Далее составляется бюджет движения денежных средств на будущий отчетный период, с учетом меняющейся экономической политики страны, и предусматривающий несколько сценариев выхода из кризиса, от самых оптимистических, до самых негативных.

4. Работа с дебиторами и реформирование политики коммерческого кредитования. Государство должно следить за крупными компаниями, точнее их долгами, безразличность к данному пункту может привести к банкротству ключевых компаний на рынке, которое может вылиться в финансовое цунами.

5. Реструктуризация кредиторской задолженности. Как правило, применяется Центральным банком для менее развитых стран, оно предполагает частичное списание долгов или рефинансирование под более низкий процент.

6. Гибкая политика Центрального банка, которая предполагает эффективное управление ключевой процентной ставкой, чтоб вовремя предоставить бизнесу и физическим лицам доступ к дешевым деньгам, которые будут способствовать более всего восстановлению экономической активности.

7. Пересмотр прогнозов Министерством экономического развития на грядущие годы и корректировка государственного бюджета с учетом кризисных явлений совместно с Министерством финансов.

8. Хеджирование валютных рисков Центральным банком. Для того чтоб еще более не раскачивать и так слабую экономику, Россия в сложные моменты, приходит к такому инструменту валютного рычага, как интервенции. Это означает одномоментную продажу той валюты или тех валют, по отношению к которой конвертируется национальная валюта. В нашем случае это в основном доллар США. Как правило, продают от 300 млн. долларов за сессию, чтоб не

допустить падения национальной валюты по отношению к общей корзине валют.

9. Налоговые каникулы (отсрочки), которые применялись даже сейчас в период «коронавирусного» кризиса для наиболее пострадавших отраслей экономики или их частичное уменьшение, также возможно увеличение налогообложения в отраслях, которые, наоборот, получили сверхприбыли.

10. Введение прогрессивной шкалы налогообложения, которая поможет перераспределить доходы и будет снижать социальный градус напряжения в период кризисных явлений.

11. Расформирование слишком крупных компаний, которые мешают естественной конкуренции, одному из главных двигателей рыночной экономики. В Российской Федерации антимонопольное законодательство развито не так хорошо, как в странах запада, но все же играет не последнюю роль.

12. Как показала практика, важное значение имеет отзыв у кредитных организаций лицензий на осуществление банковской деятельности ввиду разнообразного перечня имеющихся оснований, что позволяет регулировать банковскую сферу, очищая ее от неустойчивых кредитных организаций.

В период кризисных явлений на первый план выходит регулирование экономической деятельности как целенаправленное воздействие правительства на экономические отношения, затрагивающее все сферы развития общества [5]. В рамках денежно-кредитного регулирования это, например, использование таких инструментов, как ключевая процентная ставка, без регулирования которой управление экономикой в кризис было бы весьма затруднительно [6, 7]. Важную роль в преодолении кризиса играют инструменты бюджетно-налоговой политики (государственные расходы, налоги, государственные закупки, государственные трансферты, государственные инвестиции и др.) [8].

Естественно, все вышеприведенные примеры решения кризисных вопросов невозможны без отлаженного механизма функционирования финансового законодательства, которое помогает регулировать отношения между экономическими субъектами.

## Литература

1. Маркарян В.Р. Методы антициклического регулирования в условиях глобального кризиса // Экономический анализ: теория и практика. 2009. № 10 (139). С. 6-10.

2. Соболев Э.В. Законы и закономерности развития экономических систем/ В сборнике материалов II-ой Международной научно-практической конференции, посвященной памяти известного ученого и крупного организатора экономической науки Юга России доктора экономических наук, профессора А.Ф. Сидорова: «Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней» 2014. С. 72-78.

3. Вихарев В.В. Обзор концептуальных подходов к определению сущности трансформации социально-экономических систем // Наука Кубани. 2015. № 2. С. 61-66.

4. Маркарян В.Р. Роль государства в рыночной экономике. Монография. Ростов-на-Дону, 2008.

5. Ядгаров Я.С., Сидоров В.А., Соболев Э.В. Современное рыночное хозяйство через призму организационных и социально-экономических аспектов // Экономика. Налоги. Право. 2018. Т. 11. № 6. С. 152-155.

6. Фридман М.Н. Исследования в области количественной теории денег. Издательство: Москва, Альпина Паблишер, 2016. 231 с.

7. Игонина Л.Л. Роль монетарных регуляторов в современном экономическом развитии // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2013. Т. 9. № 34 (223). С. 10-17.

8. Финансы: учебное пособие / Л.Л. Игонина, М.В. Радченко, Э.В. Соболев, Н.В. Тимошенко; под ред. Л.Л. Игониной. – М.: РУСАЙНС, 2019. 298 с.

**УДК 338.14**

***Минкина Д.А., Степанова Г.Ю.,***
*студенты 3 курса*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail:* darya.minkina@inbox.ru
gstepanova837@gmail.com

***Научный руководитель:***
***Мамонова И.В.,***
*доцент, к.э.н.,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: IVMamonova@fa.ru*

## Влияние пандемии COVID-19 на развитие бизнеса в России

**Аннотация:** актуальность данной темы обусловлена негативным влиянием пандемии на деятельность субъектов бизнеса в России. Статья включает в себя обзор наиболее пострадавших из-за пандемии отраслей экономики и анализ реакции малого, среднего и крупного бизнеса на ограничительные меры. В работе также приведены поддержки бизнеса со стороны государства и предложены рекомендации предпринимателям, которые позволили бы им эффективно функционировать в имеющихся условиях и избежать негативных последствий в будущем.

**Ключевые слова:** коронавирус, пандемия, бизнес, убытки, меры поддержки.

***Minkina D. A., Stepanova G.Y.,***
*student, 3rd year,*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: darya.minkina@inbox.ru*
gstepanova837@gmail.com

***Scientific adviser:***
***Mamonova I. V.***
*Associate Professor, Candidate of Economics,*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: IVMamonova@fa.ru*

## Impact of the COVID-19 pandemic on business development in Russia

**Abstract:** the relevance of this topic is due to the negative impact of the pandemic on the activities of business entities in Russia. The article includes an overview of the most affected sectors of the economy due to the pandemic and an analysis of the reaction of small, medium and large businesses to restrictive measures. The paper also provides support for business from the state and offers recommendations to entrepreneurs that would allow them to function effectively in the existing conditions and avoid negative consequences in the future.

**Key words:** coronavirus, pandemic, business, losses, support measures.

Пандемия COVID-19 оказала большое влияние как на мировую экономику, так и на российскую, в результате чего многие предприятия были ликвидированы, значительно сократился совокупный спрос на производимую продукцию, увеличилось число безработных. Поскольку пандемические последствия имеют больше долгосрочный характер, чем краткосрочный, на фоне постепенной отмены ограничительных мер для российского бизнеса продолжает оставаться актуальным вопрос о дальнейшем функционировании и принятии решений в условиях неопределенности. Режим ограничений, в котором вынуждены были функционировать все экономические субъекты в период пандемии, оказал серьезное влияние на их деятельность. По результатам исследовательской работы маркетингового агентства РБК совместно с SAP, наибольшее негативное влияние COVID-19 ощутили на себе экономические субъекты с оборотом от трех до ста миллиардов рублей, вне зависимости от области ведения бизнеса [1].

Правительство РФ включило в перечень пострадавших от пандемии отраслей 66 видов деятельности: от грузоперевозок до печатных издательств. Наиболее большие убытки потерпели следующие отрасли:

- туризм, убытки которого оцениваются в 500 млрд руб. В результате ограничительных мер внешние границы были закрыты, поездки по стране отменены, поэтому туристические агентства, отели, гостиницы и экскурсионные компании потеряли клиентов, в

первую очередь, иностранных. На рисунке 1 отражена динамика туристских потоков [2];

- общепит.

Согласно исследованию Росстата, оборот общепита за время карантина снизился почти в три раза по сравнению с тем же периодом 2019 года (рисунок 2).

Рисунок 1 - Динамика международных туристских потоков по полугодиям за 2017-2020 г., млн руб.

Рисунок 2 - Динамика оборота общественного питания за 2017-2020 г., млрд руб.

С целью компенсации части расходов большая часть ресторанов и кафе стали работать навынос и осуществлять доставку. После того, как в июле 2020 года ограничения были частично сняты, было разрешено открыть летние веранды, а осенью – залы, с ограничениями по количеству посетителей и требованием выполнять рекомендации Роспотребнадзора;

- непродовольственные товары. В розничной торговле наибольшие убытки были понесены сектором непродовольственных товаров. Согласно данным Росстата, в апреле 2020 года оборот отрасли снизился на 36,7 % по сравнению с апрелем 2019 года, это практически составляет около 400 млрд рублей;

- учреждения культуры. К концу 2020 года убытки данного сектора достигли около 50 млрд рублей. Потери театров и музеев составили 8 млрд рублей. В летний период театры и кинотеатры открылись с ограничениями по посещаемости: зрителей должно быть не более 50 % от общего числа мест в зале.

Если говорить о крупном бизнесе, то в некоторых его отраслях наблюдалась даже положительная динамика. Компания «Магнит», второй по объему выручки продуктовый ритейлер на российском рынке, представила финансовые результаты за 2020 год. Выручка предприятия выросла за прошлый год выросла на 13,5% и составила 1,55 трлн рублей. Продажи «Магнита» в сопоставимых магазинах сети увеличились на 7,4%, при этом покупательский трафик сократился на 5,9%.

Далее представим основные меры поддержки малого и среднего бизнеса, оказываемые государством в 2020 году (рисунок 3) [3, 4].

Однако государственных мер поддержки оказалось недостаточно для того, чтобы предприятия смогли избежать больших убытков. Пандемия показала, что необходимо уметь разрабатывать и свои собственные нестандартные решения и адаптироваться к изменяющимся условиям. Предприятия малого и среднего бизнеса старались самостоятельно справиться с последствиями пандемических ограничительных мер и перестроить свою деятельность под сложившуюся ситуацию. Многие из них перешли на онлайн-торговлю и уже в весенний период аудитория интернет – магазинов увеличилась на 15-17 млн. человек. Можно констатировать, что в период пандемии бизнес стал более гибким, чем до него. Так, известные косметические бренды продавали дизайнерские маски и санитайзеры. Фитнес-клубы стали проводить занятия в онлайн формате. Были разработаны приложения, через которые фирмы и магазины могли оказывать свои услуги. Например, такие известные косметические бренды, как Sephora, MaryKay, NYX ProfessionalMakeup создали приложение «Виртуальный макияж»,

который позволял клиентам выбрать подходящие косметические продукты, не выходя из дома.

Таким образом, пандемия нанесла серьезный удар практически по всем отраслям экономики. Как показали данные статистики, большинство предпринимателей не были готовы к последствиям пандемии и ограничительных мер и практически у 60% не была сформирована «подушка безопасности».

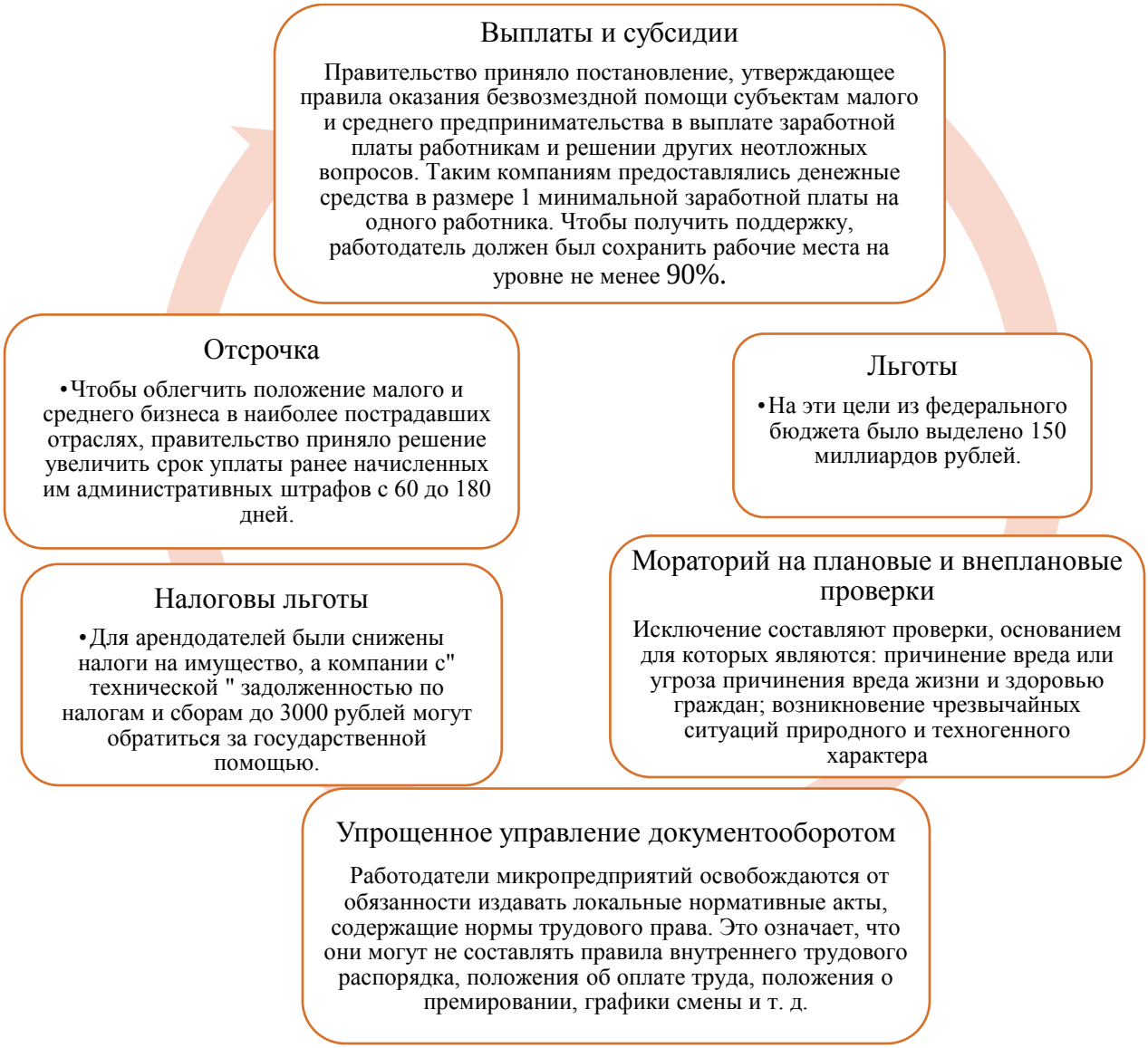



Рисунок 3 - Меры поддержки малого и среднего бизнеса в период пандемии со стороны государства в 2020 г.

Следовательно, для того чтобы сохранить свой бизнес целесообразно всегда иметь резерв денежных средств, который мог бы покрывать постоянные расходы, такие как арендная плата, коммунальные платежи, услуги охраны, связи, фиксированные

страховые взносы, плата за патент, платежи по кредиту и т.д. Период, на который создается резерв денежных средств, индивидуален для каждого предприятия. Например, для малого бизнеса можно рекомендовать сформировать подушку безопасности на три-четыре месяца. В пользу такого подхода свидетельствует тот факт, что предприятия, которым хватило средств, чтобы пережить три месяца простоя в период пандемии, смогли выбраться из кризиса с наименьшими потерями и продолжить свою деятельность.

На основе вышесказанного можно отметить не только отрицательное влияние пандемии COVID-19, но и положительное, которое заключается в принятии более сложных и нестандартных решений для оптимизации и адаптации бизнеса, а также в разработке новых его направлений. Поэтому «выжить» и продолжить свою деятельность смогли те предприятия, которые сумели быстро перестроиться и/или переориентировать свое производство под изменившиеся условия, использовать цифровые технологии, финансовые программы для прогнозирования, учесть ажиотажный спрос на товары и услуги, особенно на товары первой необходимости, которые и сейчас остаются дефицитными в некоторых регионах России. Можно рекомендовать финансовым службам в условиях ограничений использовать системный подход [5] и информационные технологии для прогнозирования последствий управленческих решений такие программы как Dynamics 365 Finance, MicrosoftPowerBI, SAPS/ 4 HanaFinancial, OracleFinancialsCloud, что приведет к оптимизации работы бизнеса и повышению производительности труда [6].

Нестандартные подходы в сфере финансов, логистики, менеджмента сформировали обновленный финансово-технологический фундамент для развития новых рынков в условиях постпандемийной экономики [7]. Наш мир дуален, и у каждого явления, позитивного и негативного, существует и обратная сторона. Сложный период пандемии показал, что определяющую роль в сложившихся условиях ограниченности трудовых, производственных, финансовых ресурсов сыграли грамотные специалисты, обладающие глубокими знаниями в области финансов, умеющие искать, находить и реализовывать нестандартные решения с использованием современных цифровых программных технологий, способные быстро и верно прогнозировать экономический эффект от внедрения тех или иных новых способов, методов ведения бизнеса,

определить необходимое количество требуемых ресурсов, найти источники для их появления.

## Литература


1. Потери бизнеса в России во время пандемии [электронный ресурс] // Сайт Сбербанка – URL: https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/pro_business/poteri-rossijskogo-biznesa-ot-koronavirusa/.

2. Социально-экономическое положение России за январь – июль 2020 [электронный ресурс] // Сайт Федеральной службы государственной статистики – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Ipv0csTN/osn-07-2020.pdf.

3. Вихарев В.В. Оценка и совершенствование институциональной инфраструктуры развития малого предпринимательства в Краснодарском крае. В сборнике статей международной научно-практической конференции: «Трансформация социально-экономического пространства России и мира» / Под редакцией Г.Б. Клейнера, Х.А. Константиниди, В.В. Сорокожердьева, З.М. Хашевой. 2020. С. 151-159.

4. Мамонова И.В. Инструментарий налоговой политики в современных условиях // Налоги. 2019. № 5. С. 3-6.

5. Вихарев В.В., Семидоцкий В.А. Системный подход к управлению бизнесом. В сборнике: Экономическое развитие России на современном этапе. Краснодар, 2010. С. 38-41.

6. Ядгаров Я.С., Сидоров В.А., Соболев Э.В. Современное рыночное хозяйство в контексте организационно-управленческих решений и обеспечения роста производительности труда // Экономика. Налоги. Право. 2019. Т. 12. № 6. С. 154-159.

7. Современная архитектура финансов России: монография. Отв. ред. М.А. Эскиндаров, В.В. Масленников. М.: "Когито-Центр", 2020. 488 с.

**УДК 336.7**

***Новгородская В.Б., Саламатина П.Н.,***
*студенты 4 курса,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: novgorodskaya_vika@mail.ru,*
*polina.salamatina.99@mail.ru*

***Научный руководитель:***
***Мамонова И.В.,***
*доцент, к.э.н.,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: IVMamonova@fa.ru*

# Направления повышения уровня финансовой грамотности как фактор роста доступности рынка финансовых услуг и повышения уровня благосостояния населения в ЮФО и СКФО в условиях пандемии

**Аннотация:** в статье представлены результаты анализа доступности финансовой инфраструктуры в ЮФО и СКФО. Рассмотрена динамика уровня технической оснащенности у финансовых организаций для населения. Проанализировано влияние уровня финансовой грамотности населения на развитие исследуемых регионов. Предложены рекомендации по повышению уровня финансовой доступности для ЮФО и СКФО в условиях пандемии. Рассмотрены вопросы повышения налоговой культуры физических лиц и их влияние уровень налогового потенциала.

**Ключевые слова:** финансовая доступность, банковская инфраструктура, финансовая грамотность, обеспеченность финансовыми услугами, труднодоступные территории, пандемия, налоговая культура, налоговая дисциплина.

***Novgorodskaya V. B., Salamatina P.N.***
*students, 4th year,*

*Financial University under the Government of the Russian Federation Krasnodar branch*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: novgorodskaya_vika@mail.ru, polina.salamatina.99@mail.ru*

***Scientific Adviser:***
***Mamonova I.V.***
*Doctor of Science (Economics), Docent,*
*Financial University under the Government of the Russian Federation Krasnodar branch*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: IVMamonova@fa.ru*

# Directions for improving the level of financial literacy as a factor of increasing the availability of the financial services market and improving the level of well-being of the population in the Southern Federal District and the North Caucasus Federal District in the context of the pandemic

**Abstract:** the article presents the results of the analysis of the availability of financial infrastructure in the Southern Federal District and the North Caucasus Federal District. The dynamics of the level of technical equipment of financial organizations for the population is also considered. The influence of the level of financial literacy of the population on the development of the studied regions is analyzed. Recommendations on enhancing financial accessibility for the SFD and NCFD in the context of the pandemic are proposed. The issues of improving the tax culture of individuals and their impact on the level of tax potential are considered.

**Keywords:** financial accessibility, banking infrastructure, financial literacy, provision of financial services, hard-to-reach territories, pandemic, tax culture, tax discipline.

Эффективное функционирование рынка финансовых услуг в России является приоритетным направлением развития всей финансовой системы, но во многом его качество детерминируется степенью доступностью рынка для населения [1]. Общее состояние финансовой доступности в Южном федеральном округе (ЮФО) и

Северо-Кавказском федеральном округе (СКФО) можно охарактеризовать как удовлетворительное. Оба округа характеризуются высоким уровнем развития финансовой, банковской, социальной и других сфер общества. Это связано с их географическим положением, благоприятными природно-климатическими условиями для ведения сельского хозяйства, развитием туристического сектора и ростом экономического потенциала.

Однако следует отметить наличие ряда нерешенных проблем доступности рынка финансовых услуг на данных территориях. Спецификой ЮФО и СКФО является высокая доля сельских, станичных поселений в общем числе населенных пунктов. Следовательно, население этих территорий практически наполовину разделяется между городским и сельским, что наглядно отражено на рисунке 1.

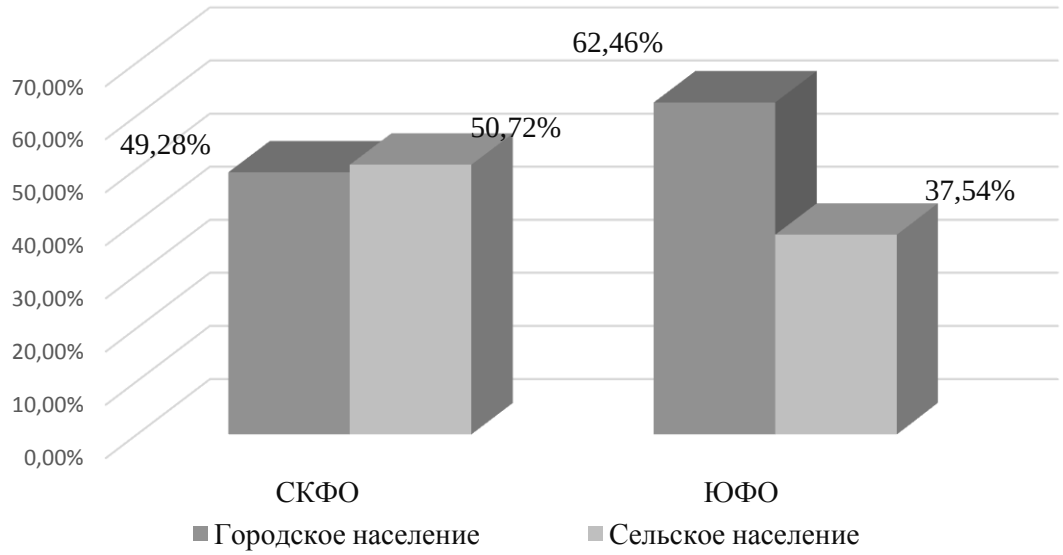



Рисунок 1 – Структура сельского и городского населения СКФО и ЮФО [2]

Данные, представленные на рисунке 1, показывают, что доля сельского населения в СКФО на 1% превышает долю городского населения, а в ЮФО численность городского населения превышает сельское на 25 %, т.е. уровень урбанизации в СКФО значительно ниже, чем в ЮФО.

Затруднение возможности взаимодействия с категориями населения, проживающих в сельской местности в удаленных или малонаселённых районах, получении ими финансового обслуживания, обусловливает проблему низкого уровня финансовой

доступности финансового рынка и, соответственно, финансовой грамотности в регионе. В большей степени финансовые услуги доступны в крупных городах, а уровень возможности их использования снижается в отдаленных сельских поселениях, районах, находящихся за пределами городских центров. Высокая доля сельских поселений и удаленных районов определяет низкий уровень развития финансовой инфраструктуры. Банковские отделения, банкоматы и платежные терминалы находятся в удаленном расположении от населенных пунктов, инфраструктура для приема карт в сельских районах ограничена. Кроме того, уровень доступности и использования финансовых услуг среди отдельных групп населения, таких как малообеспеченные, пожилые люди и инвалиды, ниже общего уровня по стране.

Проанализируем состояние финансовой инфраструктуры исследуемых округов. С этой целью рассчитаем долю обеспеченности финансовыми услугами (банкоматами и электронными терминалами) на 1000 человек населения в ЮФО и СКФО. Для этого количество банкоматов (электронных терминалов) разделим на количество населения, деленное на 1000. Полученные данные приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Обеспеченность финансовыми услугами в СКФО и ЮФО по состоянию на 2020 г.

| Округ | Количество банкоматов, шт. | Население, чел. | Обеспеченность банкоматами, шт. на 1000 чел. | Количество электронных терминалов, шт. | Обеспеченность электронными терминалами, шт. на 1000 чел. |
|---|---|---|---|---|---|
| СКФО | 5746 | 9 928 721 | 0,579 | 55886 | 5,629 |
| ЮФО | 19375 | 16 466 173 | 1,177 | 279918 | 17,00 |

Как видно из расчетов, представленных в таблице 1, на 1000 человек в ЮФО приходится примерно 1 банкомат и 17 электронных терминалов, в то время как в СКФО показатель обеспеченности банкоматами меньше 1, а электронными терминалами - в разы меньше, чем в ЮФО [3]. Следовательно, обеспеченность финансовыми услугами ЮФО значительно лучше, чем СКФО. Для более наглядного представления отразим данные на рисунке 2.

Одним из приоритетных направлений роста доступности финансовых услуг, является повышение уровня финансовой грамотности населения. Отсутствие базовых финансовых знаний и

навыков ограничивает возможности граждан по принятию правильных решений для обеспечения своего финансового благополучия. Группы населения, проживающего на отдаленных, малонаселенных или труднодоступных территориях ЮФО и СКФО, имеют недостаточную осведомленность в собственных финансовых правах и возможностях из-за низкого уровня финансовой грамотности [4].

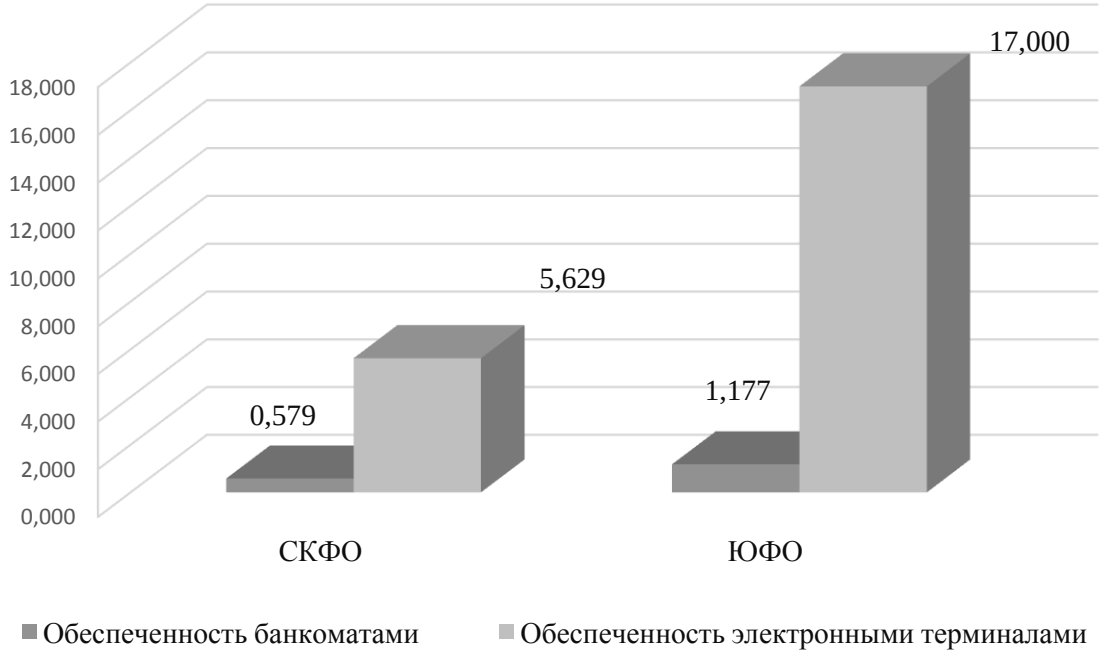



Рисунок 2 – Обеспеченность финансовыми услугами в ЮФО и СКФО

Согласно исследованию Агентства по страхованию вкладов, наибольший объем банковских вкладов приходится на категорию лиц старше 60 лет. По данным Росстата в 2020 году существенная доля населения сельских местностей и труднодоступных районов ЮФО и СКФО – люди пожилого возраста (в Краснодарском крае 23 % людей старше 60 лет) [5].

Можно предположить, что у основной части населения сельских районов имеется определенный запас денежных средств. Данные Агентства страхования вкладов представлены на рисунке 3.

На рисунке 3 видно, что около 50% от общего объема занимают вклады категории лиц от 60 лет и старше.

Таким образом, политика развития финансовой доступности в сельских и труднодоступных районах ЮФО и СКФО должна учитывать это распределение и сосредоточиваться в том числе и на лиц старшего возраста.

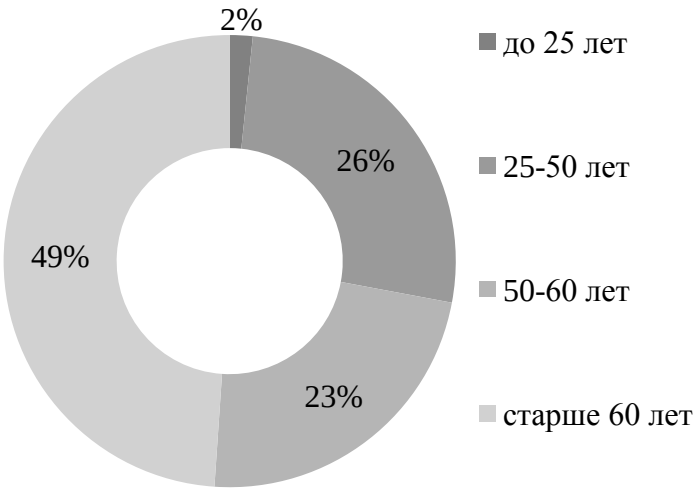



Рисунок 3 - Объем размещенных в банках денежных средств разных возрастных групп вкладчиков

Кроме обеспечения округов необходимыми терминалами на их территории остро стоит вопрос недостаточного уровня финансовой грамотности населения. Для того, чтобы определить, насколько такие услуги будут востребованы, авторами исследования был проведен опрос общественного мнения жителей города Краснодара об информированности жителей города о наличии в Краснодаре центров повышения финансовой грамотности и их деятельности.

Опрос содержал вопросы:

1. Знаете ли вы о центрах финансовой грамотности в Краснодаре?
2. Если знаете, посещали ли вы лекции, курсы по повышению финансовой грамотности?
3. Если не знаете, хотели бы вы, чтобы в Краснодаре проводились данные курсы и посещали бы вы их?

Результаты опроса показали, что из 100 опрошенных менее 5% знали о существовании данных центров, больше половины хотели бы улучшить свою финансовую грамотность и посещать данные курсы в специальных центрах или отделениях банков. Из них около 15% населения желали бы проведения подобных лекций по месту их работы.

Как показал проведенный анализ различных направлений, для повышения финансовой доступности в малонаселенных, сельских и труднодоступных территорий ЮФО и СКФО необходимо:

- повышение финансовой грамотности населения сотрудниками Центрального банка, отделений почты России, находящихся в сельских и труднодоступных районах;

- создание дистанционных бесплатных пунктов, связанных с консультацией по различным финансовым вопросам по запросам предприятий;

- общение волонтеров с пенсионерами для увеличения доверия людей пожилого возраста к финансовым продуктам и услугам. В качестве волонтеров в таких акциях можно предложить участвовать студентам старших курсов ВУЗов экономических направлений;

- повышение компетентности подрастающего поколения в области финансов и экономики путем проведения лекций, уроков финансовой грамотности для учащихся старших классов. Для реализации данного направления также можно привлекать студентов старших курсов, которые могут как в режиме реального времени, так и с использованием дистанционных технологий, которые уже достаточно хорошо освоены школьниками старших классов, проводить занятия под руководством преподавателей высшей школы;

- повышение квалификации преподавателей школ и почтальонов в сельских и труднодоступных районах, а также сотрудников отделений банков в сельских местностях.

В современных условиях знаний основ финансовой грамотности бывает недостаточно для полного представления об экономической системе. Необходима также осведомленность в сфере налоговой грамотности. Высокая налоговая культура наряду с финансовой культурой играет высокую роль развитии благосостояния общества, как государства, так и населения [6, 7].

Основным элементом налоговой грамотности является налоговая дисциплина, которая включает в себя систематическое обучение физических лиц основам налогообложения с учетом изменений в налоговом законодательстве, знание функционала Федеральной налоговой службы (ФНС) России, своих прав, обязанностей и существующих преференций, необходимый уровень моральных качеств в части осознания недопустимости уклонения от уплаты налогов.

По данным статистики ФНС РФ, регионы ЮФО и СКФО входят в состав лидеров по налоговым преступлениям и уклонения уплаты от налогов. По количеству возбужденных уголовных дел в 2019 году лидировали Краснодарский край - 133 налоговых правонарушения,

Ставропольский край – 108 налоговых правонарушений, Ростовская область – 96 налоговых правонарушений. Низкий уровень финансовой грамотности ЮФО и СКФО, следовательно, и налоговой культуры, только усиливает разрыв между потенциально возможной суммой уплаты налогов и фактическими налоговыми поступлениями [8].

Авторами был проведен опрос в городе Краснодаре, касающийся отношения к уклонению от уплаты налогов населением. Респондентам был задан один вопрос:

- Ваше отношение к гражданам, которые уклоняются от уплаты налогов.

Результаты опроса отражены на рисунке 4. Результаты социологического исследования показали, что почти пятая часть опрошенных относится к этому негативному явлению с безразличием, 36 % - даже с одобрением и пониманием, что совершенно недопустимо, и только 43% осуждает такое поведение. Такая ситуация отражает, на наш взгляд, наличие, прежде всего, низкого уровня налоговой дисциплины, с одной стороны, и наличие резерва для роста налоговых поступлений в бюджетную систему России, с другой.

Рисунок 4 – Результат опроса граждан Краснодара об их отношении к неуплате налогов

Таким образом, чтобы улучшить налоговый потенциал ЮФО и СКФО, необходимо акцентировать внимание на повышении налоговой дисциплины населения, а именно:

- повышать информированность о целевом назначении уплаты налогов через региональные СМИ, официальные сайты налоговых органов;

- совершенствовать процесс консультирования населения по вопросам, касающихся размеров налоговых платежей, налоговых режимов, льгот и сроков уплаты налогов;

- формировать налоговую культуру подрастающего поколения с помощью Интернет-ресурсов, дистанционных и аудиторных программ обучения в начальных классах, средней и старшей школах.

В долгосрочной перспективе это станет причиной роста доверия к финансовым институтам и будет способствовать улучшению благосостояния населения и развитию экономики ЮФО и СКФО.

Кроме того, в период нестабильной экономической ситуации в период пандемии многие задумалась о том, как же правильно использовать свои финансовые возможности. Знание основ финансовой и налоговой грамотности позволяет населению: создавать подушку финансовой безопасности, формировать финансовый резерв, оптимизировать бюджет семьи, снижать кредитную и налоговую нагрузку. Именно поэтому так важно в этот период неопределенности иметь возможность продумывать и осмотрительно принимать финансовые решения для поддержания благоприятного уровня жизни.

## Литература


1. Игонина Л.Л. Финансовая система России: анализ структурно-функциональных характеристик // Экономический анализ: теория и практика. 2013. № 33 (336). С. 14-21.
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. - Режим доступа URL: https://www.gks.ru.
3. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. - Режим доступа URL: https://www.cbr.ru.
4. Стратегия повышения финансовой доступности в РФ на период 2018-2020 годов [Электронный ресурс]. - Режим доступа URL: https://cbr.ru/content/document/file/44104/str_30032018.pdf.
5. Государственная корпорация «Агентство по страхованию вкладов» [Электронный ресурс]. - Режим доступа URL:

https://www.asv.org.ru/agency/statistical_information/files/FL_structure.pdf.

6. Мамонова И.В. Инструментарий налоговой политики в современных условиях // Налоги. 2019. № 5. С. 3-6.

7. Игонина Л.Л. Проблемы и перспективы укрепления финансовых основ местного самоуправления // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 8-1. С. 124-128.

8. Официальный сайт Федеральной налоговой службы [Электронный ресурс]. - Режим доступа URL: https://www.nalog.ru.

**УДК 336.7**

***Прокопьев М.А.,***
*студент 2 курса,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*

***Научный руководитель:***
***Мазунина М.В.,***
*доцент, к.э.н.,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*mvmazunina@fa.ru*

## Влияние на банковскую систему России международных стандартов «Базель 3» в условиях пандемии COVID 19

**Аннотация:** в статье рассмотрены промежуточные итоги внедрения стандартов Базель 3 в российской банковской системе. Проведен анализ влияния пандемии COVID 19 и стандартов Базель 3 на результаты деятельности российских банков. Выявлены проблемы, с которыми пришлось столкнуться коммерческим банкам в 2020 году.

**Ключевые слова:** стандарты Базель 3, российская банковская система, пандемия.

***Prokopyev M.A.,***
*student, 2nd year,*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*

***Scientific Adviser:***
***Mazunina M.V.,***
*Docent, Candidate of Sciences (Economics)*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*mvmazunina@fa.ru*

# Impact of the Basel 3 International Standards on the Russian Banking System in the context of the COVID 19 pandemic

**Abstract:** the article discusses the interim results of the implementation of Basel 3 standards in the Russian banking system. The analysis of the impact of the COVID 19 pandemic and Basel 3 standards on the performance of Russian banks was carried out. The problems that commercial banks had to face in 2020 are identified.

**Key words:** Basel 3 standards, Russian banking system, pandemic.

Следствием современной денежной парадигмы рыночного хозяйства [1] являются финансовые кризисы, которые стали элементом, побуждающим к выработке эффективных инструментов для регулирования банковской деятельности с целью уменьшения банковских рисков и защиты интересов граждан [2]. Во время мирового финансового кризиса 2008-2009 гг. международные стандарты «Базель 2» показали слабую эффективность и заставили мировое сообщество вместе с Базельским комитетом задуматься об их доработке. В сентябре 2010 года были обнародованы новые стандарты в сфере регулирования банковского сектора «Базель 3», включившие в себя обновленные требования к структуре собственных средств, изменение требований к достаточности акционерного капитала и капитала 1-го уровня, призыв к созданию защитного буфера и т. п.

Эти события не смогли пройти не замеченными и для России. ЦБ РФ принял решение о постепенном внедрении стандартов «Базель 3» в российскую банковскую систему. На сегодняшний день значительная часть банковского сектора соответствует требованиям выдвинутым ЦБ, произошло очищение рынка от неблагонадежных игроков, для отстающих банков активно используется инструмент санации [3, 4].

Актуальность данной тематики можно рассмотреть с точки зрения полезности и незавершенности процесса внедрения «Базель 3» в России, направленности к выполнению требований БКБН с учетом влияния на этот процесс внешних и внутренних факторов.

Целью работы является выявление положительных и отрицательных тенденций воздействия стандартов «Базель 3» на банковскую систему РФ в условиях пандемии COVID 19.

Для более точного раскрытия заданной темы будут использоваться следующие методы исследования: теоретического познания, системного анализа, сравнения и аналогии и др.

Постепенное внедрение стандартов «Базель 3» значительно увеличило капитализацию банковского сектора в экономике РФ. При этом выход на «Базельские» показатели принес существенные трудности среднему звену банковской системы. Несмотря на то, что общая капитализация сектора на момент принятия стандартов составляла 12,4%, расходы на переход к Базелю 3 по подсчетам экспертов в итоге приблизились к 30 %.

Следующее за принятием правил сокращение количества банков (таблица 1), предопределило неполноценное распределение величины активов.

Так, уже в 2016 году на долю банков, занимающих первые 5 мест в градации по величине активов, приходилось 54 % от числа активов всей отрасли. Это может говорить о том, что значительная часть сектора концентрируется в руках нескольких игроков, что не может не отразиться на менее крупных банках. Основным средством существования таких банков становится кредитование малого и среднего бизнеса, который после кризисов не может обеспечить стабильный рост и низкую рискованность. Вследствие этого держателю банка просто не выгодно увеличивать капитал, без получения ожидаемой доходности, что приводит к добровольной сдаче лицензии, её изъятию или же продаже банка [5].

Таблица 1 - Количественные характеристики действующих кредитных организаций [6]

| | на 01.01 | на 01.02 | на 01.03 | на 01.04 | на 01.05 | на 01.06 | на 01.07 | на 01.08 | на 01.09 | на 01.10 | на 01.11 | на 01.12 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. Действующие КО | 442 | 436 | 436 | 434 | 433 | 428 | 427 | 420 | 417 | 417 | 412 | 411 |
| в том числе: | | | | | | | | | | | | |
| - банки | 402 | 396 | 396 | 394 | 394 | 389 | 388 | 381 | 378 | 378 | 372 | 371 |
| из них | | | | | | | | | | | | |
| - с универсальной лицензией | 266 | 263 | 263 | 261 | 261 | 258 | 257 | 255 | 252 | 252 | 249 | 249 |
| - с базовой лицензией | 136 | 133 | 133 | 133 | 133 | 131 | 131 | 126 | 126 | 126 | 123 | 122 |
| - небанковские КО | 40 | 40 | 40 | 40 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 40 | 40 |
| 1.1. КО, имеющие лицензии (разрешения), предоставляющие право на: | | | | | | | | | | | | |
| - привлечение вкладов населения | 365 | 360 | 360 | 358 | 358 | 354 | 353 | 348 | 345 | 345 | 339 | 338 |
| - осуществление операций в иностранной валюте | 435 | 429 | 429 | 427 | 426 | 421 | 420 | 413 | 410 | 410 | 405 | 404 |
| - проведение операций с драгметаллами | 200 | 198 | 198 | 198 | 198 | 195 | 195 | 190 | 190 | 190 | 186 | 186 |
| 1.2. КО, включенные в реестр банков – участников системы обязательного страхования вкладов, всего | 371 | 366 | 366 | 364 | 364 | 360 | 359 | 354 | 351 | 351 | 345 | 344 |
| 2. Зарегистрированный уставный капитал действующих КО (млн руб.) | 2822730 | 2828133 | 2879781 | 2880532 | 2883319 | 2850617 | 2870932 | 2871368 | 2865817 | 2883614 | 2882523 | 2887724 |

Нельзя не отметить, что соразмерно с сокращением количества банков увеличивается концентрация банковских операций и рисков, это вызывает потребности в приумножении собственных средств, и вместе с сокращением количества кредитных организаций их общий уставный капитал возрастает.

Положительной тенденцией внедрения является то, что инвестиции, направленные на соответствие банка стандартам выдвинутым ЦБ, являются в долгосрочной перспективе оправданными. Базель 3 поможет банкам улучшить процесс регулирования внутренних операций для поддержания жизнеспособности, позволит значительно лучше представлять консолидированную картину действий на рынке, даст возможность в более полной мере управлять рисками при принятии решений по каждому клиенту. Также Базель 3 повысит устойчивость, надежность и прозрачность банковской системы в целом [7].

Отрицательной стороной этого процесса служит снижение кредитной активности в сфере кредитования физических лиц и малого предпринимательства. Данный эффект можно объяснить сравнительной жесткостью требований для банковского сектора в условиях реальной экономической ситуации в России [8]. Чтобы покрыть риски, банки вынуждены предлагать кредиты реальному сектору по завышенным ставкам или с высоколиквидным залогом, зачастую превышающим стоимость займа [9]. В связи с этим, за последние 4 года можно наблюдать активное снижение

средневзвешенной ставки по кредитам (таблица 2), но существенных изменений и роста кредитования не происходило до 2019 г.

Фактором, повлиявшим на ситуацию, стала эпидемия COVID 19, повышению кредитной активности поспособствовали антикризисные меры государственной поддержки кредитования. Однако, по мнению экспертов, если принятые государством меры не будут продлены в перспективе, которую требует экономика, это может усугубить ситуацию [6]. Так как преждевременная отмена мер поддержки может значительно ухудшить кредитные портфели банков, это повлечет за собой требования заимодавцев к финансово неустойчивым компаниям в повышении доходности, включая премию за риск. На сегодняшний день правительство снизило ставку льготного кредитования малого и среднего предпринимательства, а также самозанятой группы населения до 7 % годовых.

Таблица 2 – Средневзвешенные процентные ставки кредитных организаций по кредитным и депозитным операциям в рублях без учета ПАО Сбербанк (% годовых) [10].

| Операции | Срок | Январь 2014 | Январь 2015 | Январь 2016 | Январь 2017 | Январь 2018 | Январь 2019 | Январь 2020 | Декабрь 2020 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Кредиты физическим лицам | до 1 года, включая "до востребования" | 26,21 | 29,28 | 25,85 | 22,88 | 19,56 | 16,17 | 14,59 | 12,63 |
| | свыше 1 года | 18,91 | 22,63 | 18,49 | 16,85 | 14,29 | 13,22 | 11,96 | 9,68 |

Таким образом, можно заключить, что положительными аспектами внедрения Базель 3 в России являются: увеличение достаточности капитала, а вместе с этим и устойчивости российских банков в условиях стрессовых ситуаций; повышение надежности банков и рост доверия со стороны потребителей банковского продукта; усиление регуляторных требований, следствием которого послужит обеспечение отсутствия финансовых махинаций и повышение прозрачности банковской системы; повышение кредитных рейтингов российских банков и возможность полноправного участия в международных финансовых отношениях.

Отрицательной стороной внедрения стандартов Базель 3 выступило ярко выраженное снижение активности в сфере кредитования реального сектора экономики РФ. В сложившейся ситуации действиями по поддержанию банковской системы, по нашему мнению, является: продление мер поддержки кредитования

пострадавших от COVID 19 отраслей; обеспечение гибкости в определении банком кредитных рисков в сфере реального кредитования; упрощение предоставления замещающего краткосрочного финансирования со стороны фискальных властей для поддержания ликвидности банка.

Перечисленные меры помогут поддержать привлекательность акций кредитных организаций, а привлеченные средства позволят обеспечить устойчивость банков и увеличить объемы кредитования реального сектора экономики. Это положительно отразится как на деловой активности и экономике в целом, так и на «здоровье» банковского сектора.

## Литература


1. Ядгаров Я.С., Сидоров В.А., Соболев Э.В. Денежная парадигма рыночного хозяйства: ретроспективный анализ и футуристические императивы // Финансы: теория и практика. 2018. Т. 22. № 5 (107). С. 154-168.
2. Ядгаров Я.С., Сидоров В.А., Соболев Э.В. Кредитно-банковская компонента феномена рыночного хозяйства: трансформация методологического подхода к развитию цифровизации и фиктивизация капитала // Финансы: теория и практика. 2019. Т. 23. № 5 (113). С. 115-125.
3. Игонина Л.Л. Финансовая система и финансовая политика в контексте задач обеспечения социохозяйственного развития // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2013. Т. 9. № 43 (232). С. 2-8.
4. Бессонова О.В., Вихарев В.В. Развитие банковского сектора в регионах Российской Федерации. В сборнике научных трудов 8-й Международной научно-практической конференции: «Современные подходы к трансформации концепций государственного регулирования и управления в социально-экономических системах». 2019. С. 55-61.
5. Зубкова С.В. О приведении банковского регулирования в соответствие со стандартами базельского комитета по банковскому надзору (базель III) в условиях нестабильной экономической ситуации : монография / Зубкова С.В., Дубова С.Е., Лаврушин О.И., Ларионова И.В., Мешкова Е.И., Ушанов А.Е., Пуртова Е., Рогачев

К.А., Коновалова Н., Далецка С. — Москва : КноРус, 2018. — 189 с. — ISBN 978-5-406-06284-5. — URL: https://book.ru/book/924291.

6. Сайт Центрального Банка. URL: https://www.cbr.ru/.

7. О приведении банковского регулирования в соответствие со стандартами Базельского комитета по банковскому надзору (Базель III) в условиях нестабильной экономической ситуации : монография / Ларионова И.В., под ред., Далецка С., Дубова С.Е., Зубкова С.В., Коновалова Н., Лаврушин О.И., Мешкова Е.И., Пуртова Е.К., Рогачев К.А., Ушанов А.Е. — Москва : КноРус, 2021. — 189 с. — ISBN 978-5-406-02272-6. — URL: https://book.ru/book/936233.

8. Мазунина М.В. Внутренние механизмы устойчивого развития социально-экономических систем // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. Т. 5. № 8. С. 26-30.

9. Игонина Л.Л. Банки и инвестиционный процесс // Финансы и кредит. 2008. № 27 (315). С. 2-9.

10. Российский портал о банках. URL: https://bankir.ru/.

**УДК 331.56**

***Семенюта Д.Д.,***
*студент 4 курса,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: semenyuta-dasha@bk.ru*

***Научный руководитель:***
***Игонина Л.Л.,***
*д. э. н., профессор,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: LLIgonina@fa.ru*

## Динамика безработицы в условиях пандемии (на примере Краснодарского края)

**Аннотация:** уровень безработицы выступает ключевым показателем развития экономики и социальной сферы страны и ее регионов. В статье на примере Краснодарского края представлены сводные данные о динамике безработицы в условиях пандемии COVID-19, анализ влияния сложившихся условий и принятых мер на снижение уровня безработицы.

**Ключевые слова:** трудовые ресурсы, безработица, последствия пандемии, доходы краевого бюджета.

***Semenyuta D.D.,***
*student, 4th year,*
*Financial University under the Government*
*of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: semenyuta-dasha@bk.ru*

***Scientific adviser:***
***Igonina L.L.,***
*Doctor of Economics, Professor,*
*Financial University under the*
*Government of the Russian Federation*
*(Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: LLIgonina@fa.ru*

## Dynamics of unemployment in a pandemic (on the example of the Krasnodar Region)

**Abstract:** the unemployment rate is a key indicator of the development of the economy and social sphere of the country and its regions. Using the example of the Krasnodar Territory, the article presents summary data on the dynamics of unemployment in the context of the COVID-19 pandemic, an analysis of the impact of the prevailing conditions and measures taken to reduce the unemployment rate.

**Key words:** labor resources, unemployment, consequences of the pandemic, regional budget revenues.

Структура занятости населения является отражением структуры национальной экономики, а ее изменения порождают глубинные

трансформационные процессы как социо-хозяйственной, так и финансовой системах [1]. В условиях экономического кризиса, вызванного коронавирусной пандемией, ситуация на рынке труда существенно обострилась, что актуализирует исследования динамики безработицы, а также ее экономических последствий.

В Краснодарском крае, как и иных регионах страны, первостепенным фактором, оказавшим наибольшее влияние на динамику уровня безработицы, явилась реализация мер по предотвращению распространения коронавирусной инфекции. Было приостановлено или сокращено функционирование большинства коммерческих организаций, чья деятельность связана с оказанием услуг, туризмом, пассажирскими перевозками, а также предприятий, которые не могут выполнять все необходимые рабочие процессы в полном объеме в дистанционном формате. В период действия ограничительных мер из-за временной приостановки работы рядом организаций в два раза уменьшилось количество заявленных вакансий, что привело к снижению в апреле - июне 2020 года численности трудоустроенных граждан и росту безработицы, как и в целом по России, так и в Краснодарском крае. Это привело к росту уровня безработицы до рекордных значений. В таблице 1 представлена динамика основных показателей, характеризующих состояние рынка труда Краснодарского края.

Таблица 1 - Динамика основных показателей, характеризующих состояние рынка труда Краснодарского края [2]

| Показатель | 2020 г. | 2019 г. | Отклонение 2020 г. от 2019 г. (+, -) | 2020 г. к 2019 г., % |
|---|---|---|---|---|
| Численность постоянного населения, тыс. человек | 5 689,1 | 5 672,5 | 16,6 | 100,3 |
| Численность рабочей силы, тыс. человек | 2 826,4 | 2 820,5 | 5,9 | 100,2 |
| Численность занятых экономической деятельностью, тыс. человек | 2 666,2 | 2 683,7 | -17,5 | 99,3 |
| Численность безработных по методологии МОТ, тыс. человек | 160,2 | 136,8 | 23,4 | 117,1 |
| Уровень общей безработицы (в % к численности рабочей силы) | 5,7 | 4,6 | 1,1 | х |
| Величина прожиточного минимума для трудоспособного населения Краснодарского края за III квартал 2020 г. и III квартал | 12 190 | 11 898 | 292 | 102,5 |

| Показатель | 2020 г. | 2019 г. | Отклонение 2020 г. от 2019 г. (+, -) | 2020 г. к 2019 г., % |
|---|---|---|---|---|
| 2019 г., рублей | | | | |
| Показатель | за январь 2021 года | за декабрь 2020 года | отклонение за месяц (+, -) | отклонение за месяц, % |
| Численность безработных, зарегистрированных в органах службы занятости населения за месяц, тыс. человек | 4,3 | 11,8 | -7,5 | 36,4 |
| Количество вакансий, заявленных работодателями в органы службы занятости населения за месяц, тыс. единиц | 20,8 | 12,2 | 8,6 | 170,5 |
| Показатель | на 1 января 2021 г. | на 1 февраля 2021 г. | отклонение за месяц (+, -) | отклонение за месяц, % |
| Коэффициент напряженности на рынке труда на конец отчетного периода (число незанятых граждан, зарегистрированных в органах службы занятости населения, в расчете на одну вакансию), единиц | 2,8 | 3,0 | -0,2 | x |
| Уровень регистрируемой безработицы на конец отчетного периода, % | 3,3 | 3,7 | -0,4 | x |

Численность безработных по методологии МОТ увеличилась на 23,4 тысяч человек, при этом темп прироста составил 17,1%. Всего в регионе статус безработного имеют 160,2 тыс. человек. Это в 8,8 раз больше, чем в соответствующий месяц предыдущего года. Численность трудоустроенных безработных увеличилась по сравнению с предыдущим месяцем на 34,4%, с сентябрем 2019 года - в 4,5 раза и составила 6,4 тыс. человек. На конец 2020 года уровень регистрируемой безработицы составил 5,7% от численности рабочей силы. Для сравнения, на конец 2019 года показатель составлял 4,6%. В то же время заявленная организациями потребность в работниках в этот же период составила 49 тыс. человек, что на 8,6% меньше, чем год назад. Динамика уровня безработицы представлена на рисунке 1.

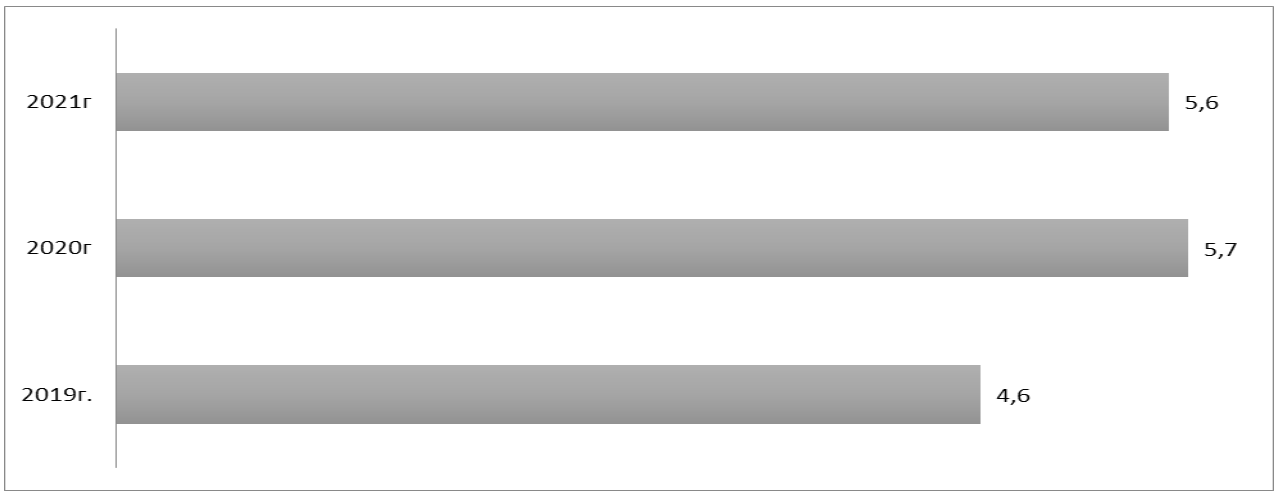



Рисунок 1 - Динамика уровня безработицы в Краснодарском крае за период с 2019 года по 2021 год [2]

Повышение уровня безработицы в период пандемии коснулось граждан всех возрастов (таблица 2).

Таблица 2 - Распределение безработных граждан по возрасту в 2020 г. [3]

| Распределение безработных граждан по возрасту | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Возрастная группа | на 01.01.2020 | | на 01.12.2020 | | отклонение 01.12.2020 к 01.01.2020 |
| | численность безработных граждан, человек. | в % к общей численности безработных | численность безработных граждан, человек. | в % к общей численности безработных | |
| до 16 лет | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| от 16 до 19 лет | 356 | 2,3 | 1958 | 1,8 | 1602 |
| от 20 до 24 лет | 868 | 5,6 | 8480 | 7,8 | 7612 |
| от 25 до 34 лет | 2992 | 19,4 | 37157 | 34,2 | 34165 |
| от 35 до 49 лет | 6414 | 41,5 | 46669 | 42,9 | 40255 |
| от 50 до 59 лет | 4733 | 30,6 | 13861 | 12,7 | 9128 |
| старше 60 лет | 85 | 0,6 | 629 | 12,7 | 544 |
| Итого | 15448 | X | 108754 | X | 93306 |

Анализ распределения безработных граждан по возрасту показал изменение возрастной структуры безработных граждан на 01.12.2020 в сравнении с 01.01.2020. Значительно увеличилась доля безработных граждан в возрасте от 20 до 24 лет (с 5,6 % до 7,8 %) и граждан в возрасте от 25 до 34 лет (с 19,4 % до 34,2 %). По данным возрастным группам также наблюдается наибольший прирост числа безработных граждан в сравнении с началом 2020 года (в 9,7 раза и в

12,4 раза соответственно). Это связано с выходом на регистрируемый рынок труда граждан из числа молодежи, ранее занятых в неформальном секторе экономики, а также с более развитыми навыками работы молодежи в цифровой среде в условиях подачи заявления в службу занятости населения через информационно-аналитическую систему Общероссийская база вакансий «Работа в России». Фактор безработицы существенно влияет на различные экономические и финансовые процессы [4]. Проанализируем последствия динамики безработицы для краевого бюджета. Они связаны, в первую очередь, со снижением поступающих в бюджет налогов, а во вторую, ростом расходов регионального бюджета в связи с проведением мер по восстановлению численности занятого населения [5-7].

По данным, представленным на рисунке 2, можно проследить тенденции изменения структуры доходов краевого бюджета, в том числе доли основных бюджетообразующих налогов.

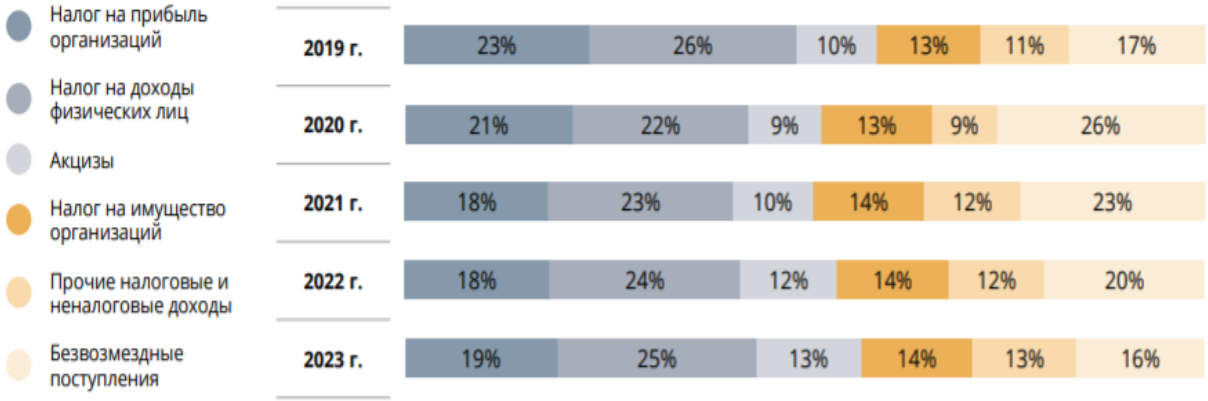



Рисунок 2 - Структура доходов краевого бюджета
за период 2019-2023 гг.

В 2021 за счет послабления мер распространения коронавируса был возобновлён режим работы многих предприятий, потребность в трудовых ресурсах возросла на 8,6 тыс. ед., коэффициент напряженности на рынке труда снизился на 0,2 ед.

Восстановление регионального рынка труда потребовало реализации адресных мер по поддержке занятости граждан (таблица 2).

Таблица 2 - Меры поддержки безработного населения в период распространения коронавирусной инфекции [8]

| Мера поддержки | Категории получателей | Размер выплаты | Период выплаты |
|---|---|---|---|
| Увеличение минимального пособия по безработице | Получатели минимально пособия по безработице | 4500 руб. | Май - июль 2020 года |
| Максимальное пособие по безработице | Индивидуальные предприниматели, которые вынуждены были прекратить свою деятельность после 1 марта и официально признаны | 12130 руб. | Три месяца, но только до1 октября 2020 года |
| Продление срока выплаты пособия по безработице | Те, у кого после 1 марта закончился период выплаты пособия по безработице | | Три месяца, но только до1 октября 2020 года |
| Выплата несовершеннолетнего ребенка | Все безработные, имеющие несовершеннолетних детей | 3000 руб. | Июнь - август 2020 года |

Восстановление численности занятого населения к концу 2021 года до уровня 2019 года планируется осуществить за счет привлечения длительно не работающих безработных граждан, граждан, ищущих работу впервые (или скрывших факт предыдущей занятости), в основном в возрасте от 20 до 35 лет, в активно развивающиеся отрасли экономики, не в полном объеме обеспеченные кадрами: строительная отрасль, сельское хозяйство и перерабатывающие производства, санаторно-курортный комплекс, организации торговли.

Механизмами привлечения кадров станут меры, направленные на легализацию трудовых отношений, переобучение безработных граждан, по востребованным работодателями профессиям (в сочетании с финансовой помощью при переезде, переселении) с целью дальнейшего трудоустройства в организации отраслей экономики, испытывающие кадровый дефицит, поддержка предпринимательской инициативы безработных граждан, информационная поддержка регистрации безработных граждан в качестве самозанятых, трудоустройство выпускников профессиональных образовательных организаций и организаций высшего образования, содействие занятости инвалидов.

Меры, направленные на сохранение занятости действующих работников организаций Краснодарского края, в том числе экономические меры поддержки хозяйствующих субъектов, реализуются в рамках Регионального плана действий по

нормализации деловой жизни, восстановлению занятости, доходов граждан и роста экономики [3].

Численность трудоустроенных граждан или иным образом восстановивших занятость по итогам реализации Комплекса мер составит 53743 человека, в том числе по мероприятиям, реализуемым за счет краевого бюджета, - 39251 человек, по мероприятиям, реализуемым за счет федерального бюджета при условии дополнительного финансирования, - 14222 человека. Общий объем средств из краевого бюджета на реализацию комплекса мер по восстановлению численности занятого населения Краснодарского края к концу 2021 года до уровня 2019 года, в 2021 году составляет 103957,1 тыс. рублей. Финансирование мероприятий осуществляется в рамках государственной программы Краснодарского края «Содействие занятости населения».

## Литература

1. Вихарев В.В. Структурная трансформация экономики России в контексте занятости: анализ тенденций и прогноз // Экономический анализ: теория и практика. 2019. Т. 18. № 2 (485). С. 217-233.

2. Обзор рынка труда Краснодарского края – М.: НИУ ВШЭ, 2020. – 37 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа URL: https://lirt.hse.ru/data/2020/05/13/1545842166/Krasnodar_LM_lirt.hse.ru.pdf (дата обращения 25.04.2021).

3. Власти Краснодарского края рассчитывают на восстановление рынка труда к концу 2021 г. [Электронный ресурс]. - Режим доступа URL: https://www.interfax-russia.ru/south-and-north-caucasus/main/vlasti-krasnodarskogo-kraya-rasschityvayut-na-vosstanovlenie-rynka-truda-k-koncu-2021g (дата обращения 25.04.2021).

4. Финансы: учебное пособие / Л.Л. Игонина, М.В. Радченко, Э.В. Соболев, Н.В. Тимошенко; под ред. Л.Л. Игониной. – М.: РУСАЙНС, 2019. – 298 с.

5. Игонина Л.Л. Проблемы и перспективы укрепления финансовых основ местного самоуправления // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 8-1. С. 124-128.

6. Igonina L.L., Yaroshenko D.V., Vikharev V.V., Shurygin S.V. Budget potential of the region: attributive features and methods of assessment // International Journal of Economics and Business Administration. 2019. Т. 7. № S1. С. 355-361.

7. Игонина Л.Л., Мамонова И.В., Сулейманов М.М. Оценка эффективности стимулирующих налоговых льгот в системе управления региональными финансами // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2016. № 6 (48). С. 180-192.

8. Открытый бюджет Краснодарского края. [Электронный ресурс]. - Режим доступа URL: https://openbudget23region.ru/analitika/ispolnenie-byudzheta/dokhody/dokhody-byudzheta (дата обращения 10.02.2021).

***Феленюк П.С.,***
*студент 1 курса,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: felenuyk@gmail.com*

***Научный руководитель:***
***Маркарян В.Р.,***
*доцент, к.э.н.,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: VRMarkarian@fa.ru*

## Влияние информатизации на процесс глобализации экономики

**Аннотация:** рассматриваются основные причины и этапы углубления международных экономических отношений в виде интеграции и глобализации. Объективный процесс международного разделения труда привел к образованию наднациональных интеграционных группировок. Технический прогресс, усиление коммуникативных связей и информатизация способствуют образованию единого мирового хозяйства.

**Ключевые слова:** экономика, интеграция, глобализация, информатизация, международные экономические отношения.

***Felenyuk P.S.,***
*student, 1st year,*
*Financial University under the Government*
*of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: felenuyk@gmail.com*

***Scientific Adviser:***
***Markaryan V.R.,***
*Associate Professor, Docent*
*Financial University under the Government*
*of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: VRMarkarian@fa.ru*

# The impact of informatization on the process of economic globalization

**Abstract:** the main reasons and stages of deepening international economic relations in the form of integration and globalization are considered. The objective process of the international division of labor has led to the formation of supranational integration groupings. Technological progress, strengthening of communication links and informatization contribute to the formation of a single world economy.

**Key words:** economy, integration, globalization, informatization, international economic relations.

В настоящие время глобализация (интеграция) уже охватила примерно 70 технологически индустриально развитых стран мира, которые объединились в экономические сообщества (ОЭСР, ЕЭС, ЕС, НАФТА, и др.). В целом они производят более 75% мирового ВВП и мировой торговли [1]. С интеграцией связана регионализация. В связи с этим появляются «страны-изгои» (Иран, КНДР, Ливия, Сирия, и др.), а также страны «новых центров роста» (Китай, Индия и др.), происходит распад некоторых государств и образование новых, усиливаются межнациональные конфликты, обостряются демографические и миграционные проблемы, а также

другие процессы современности, в том числе и движение антиглобалистов.

Основные параметры глобализации (интеграции):

- географические (миграция, урбанизация и др.);
- информационные (информационные ресурсы и системы, и коммуникационные сети);
- политические (адаптация в связи с интеграцией (включающая приспособление действующих внутригосударственных правовых норм к возникшим новым международным обязательствам), демократизация, плюрализм, борьба с международным терроризмом)
- технологические (внедрение изобретений, сопровождающее реорганизацией общественного производства);
- экономические (мировое хозяйство (взаимодействующие и взаимосвязанные хозяйства разных стран, функционирующих по согласованным правилам), международные производственные отношения, разделение и организация труда, создание зон свободной торговли (совместного предпринимательства), инновации, автоматизация производства и управления, повышение благосостояния населения) [2, 3].

Следует отметить, что на сегодняшний день глобализация проникла не только в экономическую, но и в другие сферы деятельности человека (научно-техническое сотрудничество, международный туризм и др.). Процесс возрастающей глобализации общества является главной тенденцией развития мировой финансово-инвестиционной системы, обусловленный, прежде всего, интеграцией всемирного информационного пространства, который в результате распространения новейших информационных средств и технологий стремительно изменяется [4]. В ходе глобализации идет стремительный прогресс цивилизации. Это происходит в связи с внедрением инноваций, новейших технологий и достижений в области науки и техники, за счет роста обмена информацией, все большей открытости при взаимодействии между странами [5].

Производственные процессы все более интернационализируются, что приводит их к всеобщей глобализации. Причем это касается не только чрезвычайно сложных изделий, но и более простых.

Использование более дешевого труда привело к тому, что многие американские бренды перенесли свое производство на другие континенты, так на долю стран Азии приходится больше 50%.

В конце XX и в начале XXI в. идет процесс быстрого развития межнациональных связей, под действием этого границы между регионами, странами, культурами и рынками - стираются. Глобализация – это уже объективная реальность. Она проникла во многие сферы жизни человечества и охватила собой экономики многих страны мира.

Из-за постоянно дешевеющих телекоммуникаций происходят перемены в общественной и общепроизводственной деятельности, в части их активизации. Так, например, в 500 раз снизилась стоимость телефонного разговора между Нью-Йорком и Лондоном по сравнению с 1930 годом.

Масштабность и множественность коммуникаций предоставляет возможность осуществлять контроль за ходом выполнения работ и самими работниками, независимо от их местонахождения. Разнообразные возможности коммуникаций помогают укрепить взаимосвязи жителей всей планеты. За последние несколько десятков лет траты на вычислительные мощности компьютеров понижаются в среднем примерно на 30% в год.

Преимущества сегодняшних средств связи и информационных технологий позволяют снижать необходимость в физическом общении между товаропроизводителями и потребителями. Это очень актуально сегодня в период пандемии. При коронавирусе скорость цифровизации экономики возросла в 10 раз. Кроме того, с помощью современных гаджетов нам доступны любые виды услуг, созданных человеком. В настоящий момент человечество может выполнять важные для него действия в комфортных для себя условиях. Пользователь средств связи может получить необходимые ему услуги через Интернет. Например, покупка товаров в интернет-магазинах, подача и получение документов, онлайн обучение и другие работы и услуги.

Степень распространения новинок электронной техники и обновленных коммуникационных технологий сегодня очень велика. Для сравнения, 38 лет потребовалось радио и 13 лет телевидению, чтобы им воспользовались 50 млн. человек. Всего лишь за четыре года такое же число людей стали использовать Интернет. В сети «всемирная паутина» в 1993 году было 50 страниц; на сегодня их более 47 млрд. В 1998 г. к Интернету было подключено всего лишь 143 млн. человек; к 2020этот показатель вырос до 4,1 млрд. человек, или 53,6% населения мира, пользуются интернетом. Интернет-

продажи в текущем году увеличатся на 18%, в сравнение 2019 годом, и достигнут 709,78 млрд. долларов.

Цены на аппаратуру стали более доступны и снижаются. Это дало возможность неимущим странам (с низким доходом на душу населения), ускорить этапы в процессе экономического развития.

На сегодняшний момент для оживления торговли и экспорта товаров в слабо развивающихся государствах применяется Интернет. Руководство многих стран мира, в том числе развивающихся, прибегает к помощи информационной сети с целью предоставления большего количества действующих административных услуг. Кроме того, Интернет предоставляет и другие возможности во многих областях человеческой деятельности: банковское дело, дистанционное обучение и многое другое. Доступность и масштабность применения информационных технологий ускоряют процесс глобализации, как в экономике, так и в других областях жизнедеятельности. С их помощью происходят значительные перемены и изменения во всех сферах жизни людей.

Главным двигателем глобализации становится опыт в техническом обмене информацией. В процессе глобализации нарастает конкуренция и победителем будет тот, кто владеет более ценной и достоверной информацией.

Огромную роль в становлении и дальнейшем развитии рыночного хозяйства как феномена сегодня приобретает информатизация, развитие сети Интернет, повсеместное внедрение ИТ-услуг, и использование глобальных телекоммуникационных сетей [6]. Появляется широкомасштабное информационное поле, которое дает возможность для человека получать и передавать информацию в планетарном масштабе.

Пока еще на нашей планете имеются регионы и территории, которые не могут, в отличие от развитых стран, в полной мере использовать новейшие информационные технологии. Данную ситуацию можно легко со временем исправить. Например, в наши дни город Бангалор в Индии стал наиболее активной базой креативных планов, там расположено более 2000 компаний, исследующих новейшие технологии. Индустрия IT является крупнейшим вкладчиком в общий объем индийского экспорта услуг — в 2018 году 43% экспорта услуг составляло управление бизнес-процессами и ИТ сервисы. Общая выручка от ИТ-услуг за 2019-2020 финансовый год составила 135 млрд. долларов [7].

Наращивание объемов и возможностей применения информационных ресурсов в России, а также в любом ее регионе в большей степени зависит от того, насколько выгодными будут условия для привлечения новых зарубежных партнеров.

## Литература


1. Маркарян В.Р. Глобализация и проблемы социально-экономического развития РФ // В сборнике: Проблемы современного экономического развития. Сборник научных трудов. Июнь-июль 2017 г. Москва, 2017. С. 18-26.
2. Гапоненко А.Л. Глобализация и информатизация экономики. [Электронный ресурс]. - URL: http://spkurdyumov.ru (дата обращения: 1.03.2021).
3. Маркарян В.Р. Направления экономического сотрудничества регионов Юга России // Проблемы прогнозирования. 2008. № 5 (110). С. 68-80.
4. Игонина Л.Л. Финансовое развитие и экономический рост // Вестник Финансового университета. 2016. Т. 20. № 1 (91). С. 111-120.

Вихарев В.В. Инновационный вектор трансформации социально-экономической системы России: институциональный аспект. В сборнике Международной научно-практической конференции: «Научно-правовое обеспечение развития инновационной экономики и модернизации промышленной политики России» / под редакцией А.С. Кобилева, А.В. Плотникова (Израиль), Ж.Л. Трюэля (Франция) и др., 2012. С. 34-40.

5. Ядгаров Я.С., Сидоров В.А., Соболев Э.В. Векторы развития современного рыночного хозяйства // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2019. Т. 9. № 6 (42). С. 53-61.
6. Бангалор - Кремниевая долина Индии. [Электронный ресурс]. - URL:https://pikabu.ru/story/bangalor__kremnievaya_dolina _indii_ 6079865 (дата обращения: 1.02.2021).

**УДК 336.74**

***Шабайдаш И.А.,***
*студент 2 курса,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*

***Научный руководитель:***
***Мазунина М.В.,***
*доцент, к.э.н.,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*mvmazunina@fa.ru*

## Проблемы банковского сектора РФ в условиях пандемии

**Аннотация:** в статье описаны проблемы банковского сектора РФ, с которыми он столкнулся в период пандемии. Проанализировано падение прибыли, связанное с неподготовленностью банковской системы к быстроменяющимся условиям рынка. Рассмотрено влияние степени цифровизации на устойчивость банковского сектора.

**Ключевые слова:** цифровизация, дистанционное банковское обслуживание, проблемы банковского сектора, онлайн проекты.

***Shabaidash I.A.,***
*student, 2nd year,*
*Financial University under the Government*
*of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*

***Scientific Adviser:***
***Mazunina M.V.,***
*Docent, Candidate of Sciences (Economics)*
*Financial University under the Government*
*of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*mvmazunina@fa.ru*

## Problems of the Russian banking sector in the context of the pandemic

**Annotation:** the article describes the problems of the Russian banking sector that it faced during the pandemic. In addition, the decline in profits associated with the unpreparedness of the banking system to rapidly changing market conditions is analyzed. The influence of the degree of digitalization on the stability of the banking sector is considered.
Keywords: digitalization, remote banking, problems of the banking sector, online projects.

**Key words:** digitalization, remote banking, banking sector problems, online projects.

Пандемия COVID-19 принесла с собой огромные потрясения для экономики всего мира и, в частности, банковского сектора. В 2020 году спад в российской экономике на фоне пандемии коронавируса оказался меньше, чем во многих других странах, в том числе, из-за отказа властей вводить «локдаун» во второй половине года. По данным Росстата, российская экономика в 2020 году сократилась на 3,1%, что стало максимумом за 11 лет.

Как мы знаем, в список секторов экономики, которые продолжили свою работу в период пандемии, входит и банковский сектор. Банковский сектор продолжал свою работу в «полсилы», переведя часть сотрудников на удалённую работу (в так называемые, удаленные call-центры), было увеличено количество удаленно предоставляемых услуг, а некоторые отделения закрылись. Так как правительство Российской Федерации начало вводить ограничительные меры гораздо позже некоторых европейских стран, то на примере других стран, банковский сектор Российской Федерации мог увидеть и спрогнозировать, как быстро и с наименьшими потерями перейти на новый формат работы. Все же банкам пришлось понести непредвиденные расходы, связанные с обеспечением безопасности здоровья своих клиентов и сотрудников. В целях соблюдения санитарных предписаний, банки закупали защитные маски, перчатки и дезинфицирующие средства. Во время посещения банков в период пандемии мы могли видеть такие меры предосторожности, как разметка дистанцирования и защитные экраны на окнах обслуживания. Кроме того, банки старались увеличить функционал своих приложений, внедряли интернет-банкинг, онлайн-сервисы для своих клиентов и другие сервисы

удаленного сотрудничества. Поток клиентов в отделения банков реально снизился, но многократно увеличилась нагрузка на call-центры.

В ЦБ РФ считают, что нынешний кризис оказался не столь разрушительным, с точки зрения ресурсов, нежели в 2008 и 2014 годах. Большую роль в этом играли накопленные запасы капитала и ликвидности. Тогда ЦБ оценивал общий капитал банков в 5 трлн руб. Падение спроса на кредиты, ограничения из-за COVID-19, реструктуризация и предоставление отсрочек по долгам, спад активности клиентов и рост резервов по кредитным портфелям, все же, оказали существенное влияние на доходы банков. Тем не менее, чистая прибыль банковского сектора по итогам 2020 года составила 1,6 трлн руб. Это всего лишь на 6% меньше рекордного финансового результата докризисного 2019 года [1].

Пандемия COVID-19 ускорила цифровизацию банковского сектора в РФ. Процесс трансформации банков начался задолго до пандемии, а в период пандемии только ускорился. Все больше кредитных организаций стали переводить свои продукты в онлайн. Те банки, которые быстрее остальных перевели свои продукты в онлайн, стали пользоваться большей популярностью у клиентов в это непростое время. Цифровизация банковского сектора влечет за собой большое количество таких масштабных изменений, как:

- сокращение и оптимизация сети филиалов;
- перевод части сотрудников на постоянную удаленную работу;
- рост функционала приложений банка;
- увеличение количества дистанционно доступных сервисов;
- сокращение части сотрудников.

Данные изменения неминуемо приведут к сжатию расходов кредитных организаций, а именно: расходов на аренду и коммунальные платежи, на заработную плату сотрудникам, а также других мелких расходов, связанных организацией работы в отделениях. Рост функционала приложений банка вероятно приведет к росту доходов кредитной организация, т.к. клиентам будет проще совершать сделки и платежи, а также брать кредиты.

В современном мире цифровизация является ключом к устойчивости банков. На примере Tinkoffбанка, мы можем увидеть это наглядно: так, за 3 квартал 2019 год чистая прибыль составила 9,7 млрд. руб., а за аналогичный квартал 2020 года – 12,6 млрд. руб.

Несмотря на все карантинные ограничения и запреты, чистая прибыль Tinkoffбанка выросла на 2,9 млрд. руб., что эквивалентно 29,9% [2]. Tinkoffбанк - это первый российский онлайн банк, именно полная цифровизация Tinkoffбанка помогла ему не только не потерять в прибыли, но и значительно ее увеличить.

Напротив, в случае неподготовленности банка к цифровизации, мы видим падение прибыли. Возьмем, например, Газпромбанк и сравним его чистую прибыль за 2 квартал 2019 и 2 квартал 2020 г. Так, за 2 квартал 2019 года чистая прибыль составила 22,6 млрд. руб., а за 2 квартал 2020 года: 9,9 млрд. руб. Прибыль Газпромбанка за отчетный период упала на 12,7 млрд. руб., что эквивалентно 56,2% [3]. Возьмем данные ВТБ за тот же отчетный период, так за 2 квартал 2019 года чистая прибыль ВТБ составила 30,3 млрд. руб., а за аналогичный период 2020 года: 2,1 млрд. руб. Огромное падение прибыли на 93,1% стало для ВТБ довольно ощутимым [4].

На примере Сбербанка мы аналогично сможем наблюдать падение прибыли. За 2 квартал 2019 года Сбербанк получил чистую прибыль в размере 250,3 млрд. руб., а за аналогичный период 2020 года: 166,7 млрд. руб., что является падением прибыли на 33,4% [5]. Несмотря на то, что Сбербанк является лидирующим банком в области внедрения информационных технологий (согласно комплексному проекту «деловая среда» клиенты смогли дистанционно использовать: комплексом продуктов и услуг, площадками B2BиB2Cторговли, школой дистанционного бизнес образования, магазином сервисов, аналитических и информационных материалов), он все же потерял 33,4% чистой прибыли. Причиной такого яркого спада стали вынужденные меры для безопасности своих клиентов и сотрудников. Сбербанк был вынужден закрыть немалую часть своих отделений и отправить часть своих сотрудников в оплачиваемые отпуска, а для остальных – обеспечить безопасность их рабочего места.

Согласно вышеупомянутым статистическим данным, можно сделать вывод о влиянии степени цифровизации на устойчивость банковского сектора. Tinkoffбанк не имеет своих офисов, работники банка выезжают на встречи с клиентами только для подписания договора, все остальное сотрудничество производится онлайн, что минимизирует риски для здоровья, как сотрудников, так и клиентов банка.

Напротив, такие крупные банки как ВТБ, которые не имели хорошо работающих онлайн-сервисов и стратегии развития в условиях закрытых отделений, не смогли без потерь преодолеть период пандемии и понесли крупные убытки. Множество маленьких кредитных организаций не справились с трудностями и закрылись.

Согласно вышеуказанной информации, можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день не все банки уделяют достаточно внимания созданию стратегии IT-развития и внедрению новых онлайн проектов. Статистика показала, что в условиях пандемии и жесткой конкуренции обойтись без этого довольно трудно. Неподготовленные банки теряли прибыль и закрывались. Современный жизненный ритм требует от банков быстроту реакции, возможность дистанционного и динамического обслуживания. В современном мире скорость и качество обслуживания клиентов является важнейшим критерием успешности кредитных организаций [6, 7]. Люди хотят совершать платежи и сделки, оформлять кредиты, не выходя из дома. Несмотря на то, что для большой части клиентов ценовой фактор является важным, банки с высоким качество обслуживания, налаженными процессами, развитыми онлайн сервисами и приложениями, но высокой процентной ставкой и комиссионными, занимают лидирующие позиции среди своих конкурентов.

## Литература


1. Росстат [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/ (дата обращения: 1.02.2021).
2. Финансовая отчетность Tinkoff банк за 2019 и 2020 гг. [Электронный ресурс]. URL: https://www.tinkoff.ru/about/investors/-11/?year=2020) (дата обращения: 1.02.2021).
3. Финансовая отчетность Сбербанк за 2019 и 2020 гг. [Электронный ресурс]. URL: (https://www.sberbank.com/ru/investor-relations/reports-and-publications/ras) (дата обращения: 1.02.2021).
4. Финансовая отчетность Газпромбанк за 2019 и 2020 гг. [Электронный ресурс]. URL: https://www.gazprombank.ru/investors/ (дата обращения: 1.02.2021).
5. Финансовая отчетность ВТБ за 2019 и 2020 гг. [Электронный ресурс]. URL: https://www.vtb.ru/akcionery-i-investory/finansovaya-

informaciya/raskrytie-finansovoj-otchetnosti-po-msfo/ (дата обращения: 1.02.2021).

6. Механизм устойчивого социально-экономического развития региона (на примере Кировской области). Мазунина М.В. диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Финансовый университет при Правительстве РФ. Москва, 2012.

7. Ядгаров Я.С., Сидоров В.А., Соболев Э.В. Кредитно-банковская компонента феномена рыночного хозяйства: трансформация методологического подхода к развитию цифровизации и фиктивизация капитала // Финансы: теория и практика. 2019. Т. 23. № 5 (113). С. 115-125.

**УДК 331.56**

***Швец Т.П.,***
*студент 4 курса,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: tanyashvets232@mail.ru*

***Научный руководитель:***
***Игонина Л.Л.,***
*д. э. н., профессор,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: LLIgonina@fa.ru*

## Региональный бюджет: последствия пандемии (на примере Краснодарского края)

**Аннотация:** в статье проанализировано влияние событий, вызванных пандемий коронавируса, на структуру доходов и расходов бюджета Краснодарского края. Раскрыты меры поддержки региональной экономики, направленные на преодоление пандемии.

**Ключевые слова:** последствия пандемии, экономика, региональный бюджет.

***Shvets T.P.,***
*student, 4th year,*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: tanyashvets232@mail.ru*

***Scientific adviser:***
***Igonina L.L.,***
*Doctor of Economics, Professor,*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: LLIgonina@fa.ru*

## Regional budget: consequences of the pandemic (on the example of the Krasnodar Region)

**Abstract:** the article analyzes the impact of events caused by coronavirus pandemics on the structure of revenues and expenditures of the budget of the Krasnodar Territory. Revealed measures to support the regional economy, aimed at overcoming the pandemic.

**Key words:** consequences of the pandemic, economy, regional budget.

Условия экономического кризиса, связанного с пандемией, привели к возникновению новых тенденций в функционировании и развитии региональных экономик, изменению структуры доходов и расходов региональных бюджетов, что обусловливает актуальность темы исследования, целью которого является анализ влияния событий, вызванных пандемий коронавируса, на региональный бюджет (на примере Краснодарского края).

Год начала пандемии положил начало тенденции дефицитного исполнения бюджета Краснодарского края в результате снижения

налоговых и неналоговых доходов и повышения расходов (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика основных показателей бюджета Краснодарского края, млн руб. [1]

| Наименование показателя | 2019 г. | 2020 г. | 2021 г. | Плановый период | | Динамика к предыдущему году, % | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | 2022 г. | 2023 г. | 2020 г. | 2021 г. | 2022 г. | 2023 г. |
| Доходы всего | 291490 | 292204 | 288650 | 297065 | 301978 | 100,2 | 98,8 | 102,9 | 101,5 |
| Налоговые и неналоговые доходы | 242961 | 216757 | 219257 | 234276 | 249172 | 89,2 | 101,2 | 106,8 | 106,4 |
| Безвозмездные поступления | 48529 | 75447 | 69393 | 52789 | 52206 | 155,5 | 92 | 90,5 | 83,1 |
| Расходы всего | 262956 | 318426 | 301187 | 310231 | 305997 | 121,1 | 94,6 | 103 | 98,6 |
| Дефицит (-) / профицит (+) | 28534 (+) | 24849 (-) | 12537 (-) | 13166 (-) | 4619 (-) | x | X | x | x |

Если в период 2013-2019 гг. период прослеживается рост объема доходов консолидированного бюджета Краснодарского края, то в 2020 г. фиксируется их отрицательная динамика.

Снижение бюджетных доходов прогнозируется и по результатам 2021 г. (рис. 1). Вместе в плановом периоде 2022-2023 гг. предусмотрено увеличение объема доходов консолидированного бюджета края.

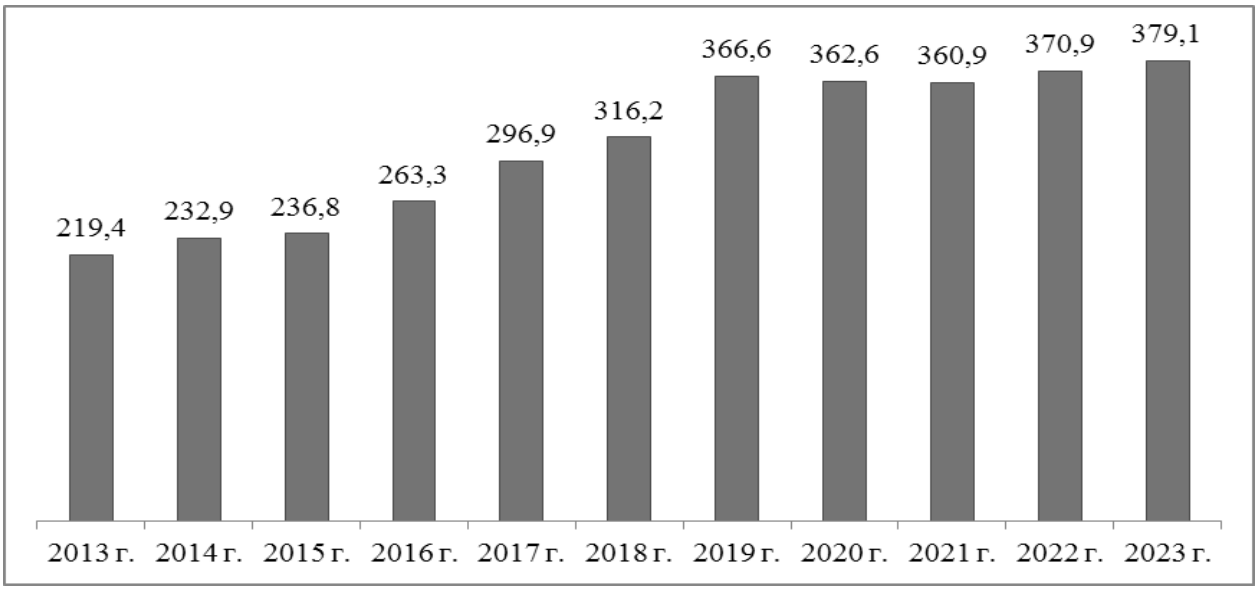



Рисунок 1 - Динамика доходов консолидированного бюджета Краснодарского края, млрд руб. [1]

В основе расчетов прогнозируемого объема бюджетных доходов учтены прогнозные оценки показателей социально-экономического

развития Краснодарского края на среднесрочную перспективу в отраслевом и территориальном разрезах, индексы потребительских цен, объемы фонда оплаты труда и прибыли прибыльных организаций, данные главных администраторов доходов краевого бюджета, а также ряд других факторов, влияющих на прогнозируемую динамику доходов бюджета.

Анализ динамики расходов консолидированного бюджета, проиллюстрированной на рисунке 2, показывает в целом тенденцию линейного увеличения объема расходов бюджета с 2015 г., но особый рост виден в 2020 г. (прирост к предыдущему году составил 61,2 млрд руб., в сравнении с ростом показателей прошедшего периода 2013-2019 гг., которые составляли от 6,9 млрд руб. до 34,7 млрд руб.).

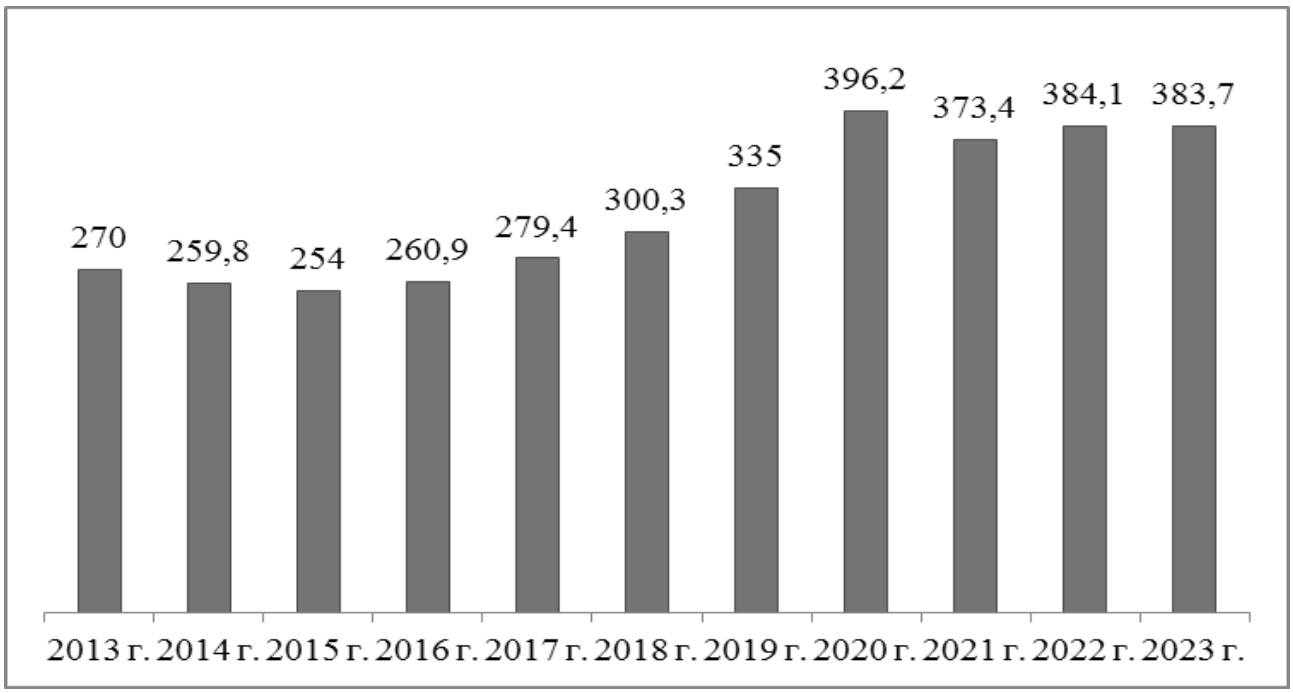



Рисунок 2 - Динамика расходов консолидированного бюджета Краснодарского края, млрд руб. [1]

Наибольшее влияние на экономику региона оказали вынужденная приостановка деятельности сферы услуг, ограничение туризма, рост уровня безработицы, снижение производственной и потребительской активности.

Это привело к сокращению налоговых доходов бюджета и увеличению расходов на социальную поддержку населения и возникновение дополнительных расходов, связанных с мерами по ограничению распространения коронавирусной инфекции.

Основную часть доходов региональных бюджетов составляют налог на прибыль и налог на доходы физических лиц [2, 3].

Анализ динамики налоговых и неналоговых доходов краевого бюджета показывает заметную динамику увеличения бюджетных доходов в 2013-2019 гг. и снижение в 2020 г. на 10,8%. Наиболее значимое сокращение коснулось налога на доходы физических лиц и налога на прибыль организации, что привело к сокращению их доли в доходах краевого бюджета (рис. 3).

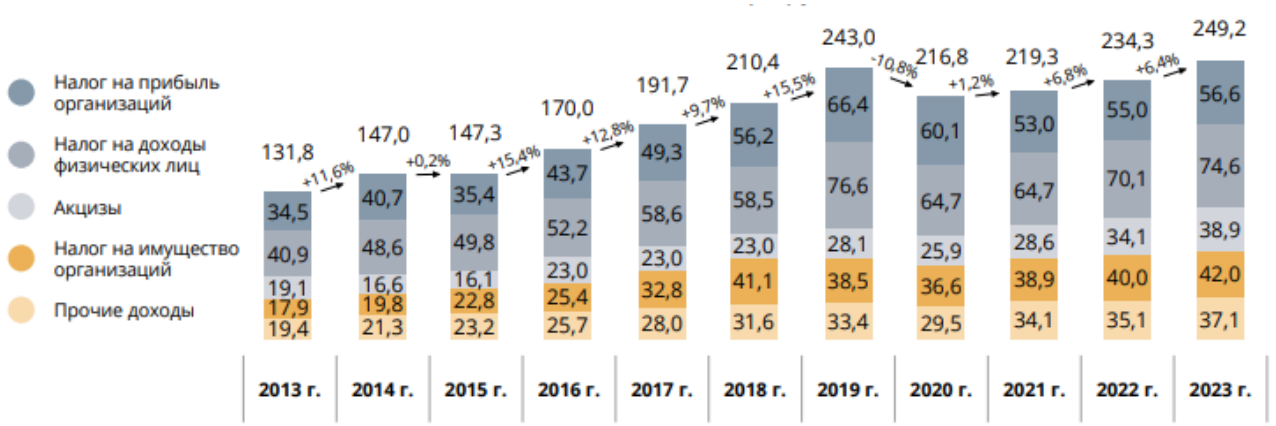



Рисунок 3 - Структура доходов краевого бюджета, млрд руб. [1]

В условиях пандемии COVID-19 возрос размер межбюджетных трансфертов, соответственно, увеличилась зависимость бюджета Краснодарского края от федерального бюджета. Темп прироста безвозмездных поступлений в 2020 г. по отношению к 2019 г. составил 56,2%, в основном, увеличились объемы субсидий и субвенций. Также возникло дополнительное направление наполнения бюджета за счет безвозмездных поступлений - поддержка мер по обеспечению сбалансированности бюджетов [4] (таблица 2).

Несмотря на увеличение объема безвозмездных поступлений на выравнивание бюджетной обеспеченности в 2020-2021 г., в прогнозном периоде планируется сокращение отчислений по данной статье. При этом прослеживается плановое увеличение объема субсидий и субвенций, что предположительно, означает целевую направленность межбюджетных трансфертов Краснодарскому краю из федерального бюджета.

По итогу 2020 года федеральный бюджет был также исполнен с дефицитом, который составил 3,9% ВВП. Антикризисные решения, предпринимаемые во время пандемии для пополнения федерального бюджета, в первую очередь, – это программа заимствований, которая

была увеличена более чем в 2 раза и составила 5,3 трлн руб. С помощью указанных мер стали возможными отчисления межбюджетных трансфертов из федерального бюджета в бюджеты субъектов РФ во время пандемии.

Таблица 2 - Безвозмездные поступления из федерального бюджета в бюджет Краснодарского края, млн руб. [1]

| Наименование показателя | 2019 г. | 2020 г. | 2021 г. | Плановый период | | Динамика к предыдущему году, % | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | 2022 г. | 2023 г. | 2020 г. | 2021 г. | 2022 г. | 2023 г. |
| Безвозмездные поступления всего | 47967 | 74915 | 69053 | 62264 | 51681 | 156,2 | 92,2 | 90,2 | 83 |
| Дотации, из них | 14274 | 23533 | 15175 | 10090 | 10090 | 164,9 | 64,5 | 66,5 | 100 |
| На выравнивание бюджетной обеспеченности | 9737 | 10710 | 10710 | 7497 | 7497 | 110 | 100 | 70 | 100 |
| На поддержку мер по обеспечению сбалансированности бюджетов | х | 9119 | х | х | х | х | Х | х | х |
| На частичную компенсацию дополнительных расходов на повышение оплаты труда работников бюджетной сферы и иные цели | 3074 | 3704 | 4465 | 2593 | 2593 | 120,5 | 120,5 | 58,1 | 100 |
| Субсидии | 11306 | 21647 | 25798 | 25202 | 17789 | 191,5 | 119,5 | 97,7 | 10,6 |
| Субвенции | 13613 | 19656 | 21195 | 21920 | 22284 | 144,4 | 107,8 | 103,4 | 101,7 |
| Иные межбюджетные трансферты | 8774 | 10079 | 6885 | 5052 | 1518 | 114,9 | 68,3 | 3,4 | 30,1 |

Продолжается перечисление ассигнований на исполнение государственных программ, финансирование и софинансирование расходных обязательств, которые не были приостановлены в связи с пандемией. Динамика расходов на федеральные и региональные программы имеет положительную тенденцию, с каждым годом доля расходов на исполнение программ возрастает [5-7].

В период с 2009 г. по 2021 г. удельный вес программных расходов повышается с 31% до 95,6%, то есть более, чем в 3 раза (рис. 4).

Программы охватывают: развитие здравоохранения, образования, культуры, физкультуры и спорта, социальную

поддержку граждан, развитие в сфере строительства и дорожного хозяйства, формирование современной городской среды и прочие.

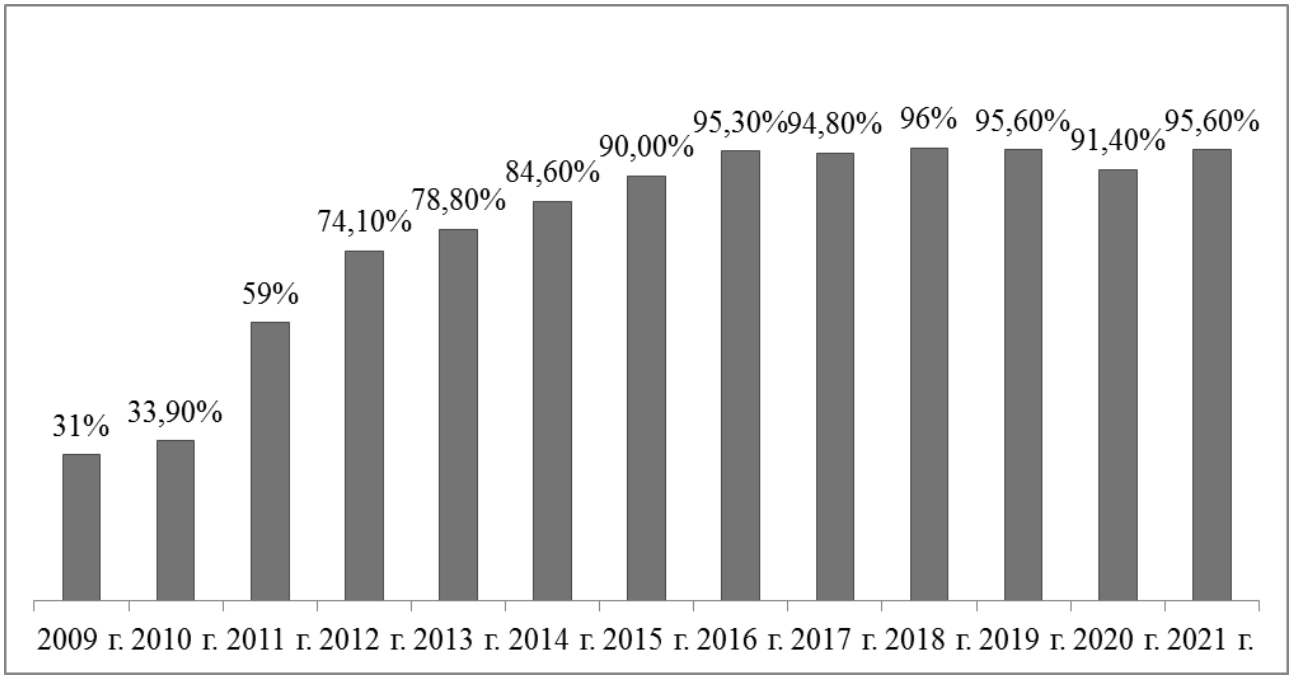



Рисунок 4 - Удельный вес программных расходов в общем объеме расходов бюджета Краснодарского края [1]

Проведенный анализ позволяет определить основные меры по преодолению пандемии. Они включают:

- выделение приоритетных расходов и целевое финансирование,
- наращивание налогового потенциала региона путем стимулирования производственного сектора, активизации бизнеса и повышения доходов населения.

## Литература

1. Открытый бюджет Краснодарского края. [Электронный ресурс]. - Режим доступа URL: дhttps://openbudget23region.ru/-analitika/ispolnenie-byudzheta/dokhody/ dokhody-byudzheta (дата обращения 10.02.2021).

2. Финансы: учебное пособие / Л.Л. Игонина, М.В. Радченко, Э.В. Соболев, Н.В. Тимошенко; под ред. Л.Л. Игониной. – М.: РУСАЙНС, 2019. 298 с.

3. Региональные и муниципальные финансы: учебник и практикум / Игонина Л.Л., Берлин С.И., Болдырева Л.В., Мамонова И.В., Радченко М.В., Рощектаев С.А., Солонина С.В., Чулков А.С. / Под ред. редакцией Л.Л. Игониной. М.: Юрайт, 2019. 480 с.

4. Игонина Л.Л. Сбалансированность региональных бюджетов: подходы и оценки // Финансы. 2020. № 12. С. 5-11.

5. Современные тенденции развития региональных финансов // Финансы. 2018. № 11. С. 20-27.

6. Игонина Л.Л. Современные траектории развития региональных финансов // Трансформация социально-экономического пространства России и мира. Сборник статей международной научно-практической конференции. Под редакцией Г.Б. Клейнера, Х.А. Константиниди, В.В. Сорокожердьева, З.М. Хашевой. 2020. С. 307-313.

7. Igonina L.L., Yaroshenko D.V., Vikharev V.V., Shurygin S.V. Budget potential of the region: attributive features and methods of assessment // International Journal of Economics and Business Administration. 2019. Т. 7. № S1. С. 355-361.

**УДК 336.02**

***Смирнов О.С.,***
*студент 3 курса*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: high_consulting@mail.ru*

***Научный руководитель:***
***Вихарев В.В.,***
*старший преподаватель*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: vvvikharev@fa.ru*

## Налоговая политика РФ в период пандемии: содержание и инструменты

**Аннотация:** данная статья посвящена рассмотрению налоговой политики Российской Федерации, и включает в себя основные цели, задачи и функции налоговой политики, анализ динамики налоговых поступлений за 2019-2020 гг., демонстрирует, влияние пандемии

Covid-19 на состояние экономики России и принятые меры поддержки со стороны государства. Тема статьи является актуальной в связи с тем, что формирование налоговой культуры в обществе является важным фактором в деятельности государственных органов, поскольку граждане должны осознавать с какой целью они платят налоги и как они влияют на их жизнь. Кроме того, если граждане будут разбираться в вопросах налогообложения, то с большой вероятностью это приведет к снижению количество недобросовестных налогоплательщиков, которые уклоняются от уплаты налогов, то есть к сокращению теневой экономики.

**Ключевые слова:** налоговая политика, налоговая культура, налоги, экономика, налоговые поступления, Covid-19.

***Smirnov O.S.,***
*student, 3rd year,*
*Financial University under the Government of Russian Federation*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: high_consulting@mail.ru*

***Scientific Adviser:***
***Vikharev V.V.,***
*senior lecturer*
*Financial University under the Government of Russian Federation*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: vvvikharev@fa.ru*

## Tax policy of the Russian Federation during the pandemic: content and tools

**Abstract:** this article is devoted to the tax policy of the Russian Federation, and includes the main goals, objectives and functions of tax policy, an analysis of the dynamics of tax revenues for 2019-2020, demonstrates the impact of the Covid-19 pandemic on the state of the Russian economy and the measures taken to support the state. The topic of the article is relevant due to the fact that the formation of a tax culture in society is an important factor in the activities of state bodies, since citizens should be aware of the purpose for which they pay taxes and how they affect their lives. In addition, if citizens understand taxation issues, it is very likely that this will lead to a decrease in the number of unscrupulous

taxpayers who evade paying taxes, that is, to a reduction in the shadow economy.

**Key words:** tax policy, tax culture, taxes, economy, tax revenues, covid-19.

Налоговая политика, так или иначе, имеет влияние на жизнь каждого человека. Особенно острой является проблема уклонения части населения от уплаты налогов в бюджет, поскольку государство, собирая налоги, устанавливает материальную базу для осуществления возложенных на него задач, которые реализуются посредством налоговой политики, представляющей собой комплекс мер в области налогового регулирования, направленных на установление оптимального уровня налоговой нагрузки в зависимости от характера поставленных в данный момент макроэкономических задач [1].

Экономическое содержание налоговой политики заключается в единстве трех основных частей, показанных на рисунке 1.

Рисунок 1 – Экономическое содержание и цели налоговой политики [2, 3]

Если говорить о целях налоговой политики, то они формируются под воздействием различных факторов (экономических, социально-политических и т.д.). Можно выделить ряд целей, отраженных на рисунке 2.

Основу правового обеспечения налоговых отношений составляют Конституция, Налоговый кодекс, федеральные законы и законы субъектов Российской Федерации по налогам.

Серьезное влияние на налоговую политику, а также динамику налоговых поступлений в бюджет оказывают структурные и циклические экономические кризисы [4] пандемия 2020 г. не стала исключением. Рассмотрим динамику поступлений по уровням бюджета за 2019-2020 гг., показанную на рисунке 3.

| | |
|---|---|
| Фискальная – основная | • Выражается в обеспечении государства финансовыми ресурсами путем мобилизации части созданного ВВП страны для финансирования его расходов |
| Экономическая цель | • Представляет собой целенаправленное воздействие на экономику через налогообложение для регулирования спроса и предложения, проведения структурных изменений общественного воспроизводства |
| Социальная цель | • Подразумевает сглаживание неравенства в уровнях доходов населения путем перераспределения национального дохода и валового внутреннего продукта |
| Стимулирующая цель | • Направлена на активизацию инвестиционной и инновационной деятельности, создание условий для ускоренного накопления капитала в наиболее перспективных отраслях экономики |
| Экологическая цель | • Заключается в охране окружающей среды и рациональное природопользование за счет введения экологических налогов и штрафных санкций |
| Контрольная цель | • Используется государством для принятия решений в области функционирования, как отдельных видов налогов, так и всей налоговой системы |
| Международная цель | • Введение налогов в соответствии с требованиями международных соглашений для укрепления экономических связей с другими странами |

Рисунок 2 – Функции налоговой политики

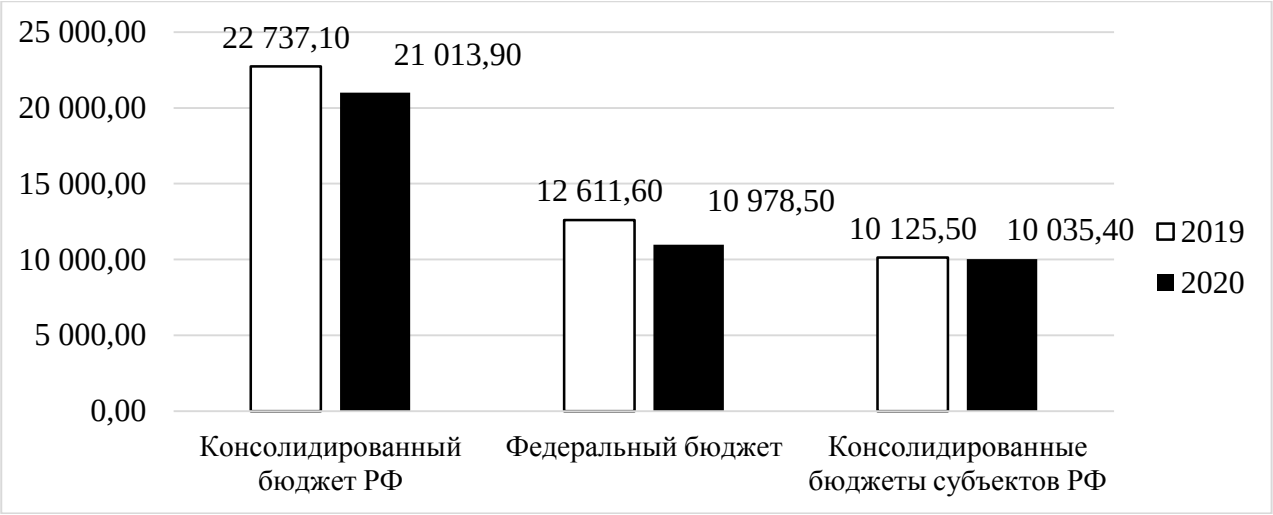



Рисунок 3 – Поступления по уровням бюджета за 2019-2020 гг., в млрд. руб. [5]

Исходя из данных диаграммы, можно сделать вывод, что количество поступлений в консолидированный бюджет в 2020 г. сократилось на 7,6% по сравнению с 2019 годом, в Федеральный бюджет на 12,9 %, в Консолидированные бюджеты субъектов РФ на 0,9%. Это может быть обусловлено последствиями пандемии Covid-19, в результате чего реальные доходы населения значительно упали. Помимо этого, из-за пандемии было приостановлено взыскание задолженностей, сумма которой за первые 8 месяцев 2020 г. выросла более, чем на 300 млрд. руб. Далее рассмотрим динамику поступлений по видам налогов в консолидированный бюджет РФ за 2019-2020гг., отраженные на рисунке 4.

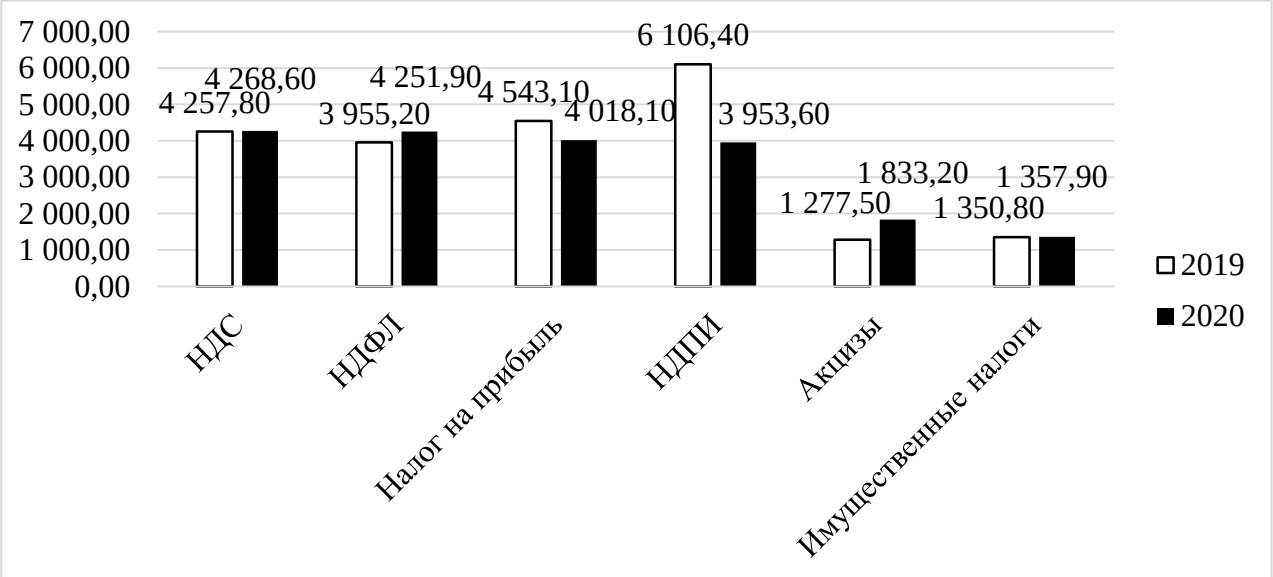



Рисунок 4 – Поступления по видам налогов в консолидированный бюджет РФ за 2019-2020гг., в млрд. руб. [5]

Таким образом, количество поступлений по НДС выросло на 0,3%, по НДФЛ на 7,5%, по налогу на прибыль сократилось на 10,6%, по НДПИ сократилось на 35,3%, по акцизам выросло на 43,5%, по имущественным налогам выросло на 0,5%.

Далее рассмотрим инструменты регулирования налоговой политики, показанные на рисунке 5.

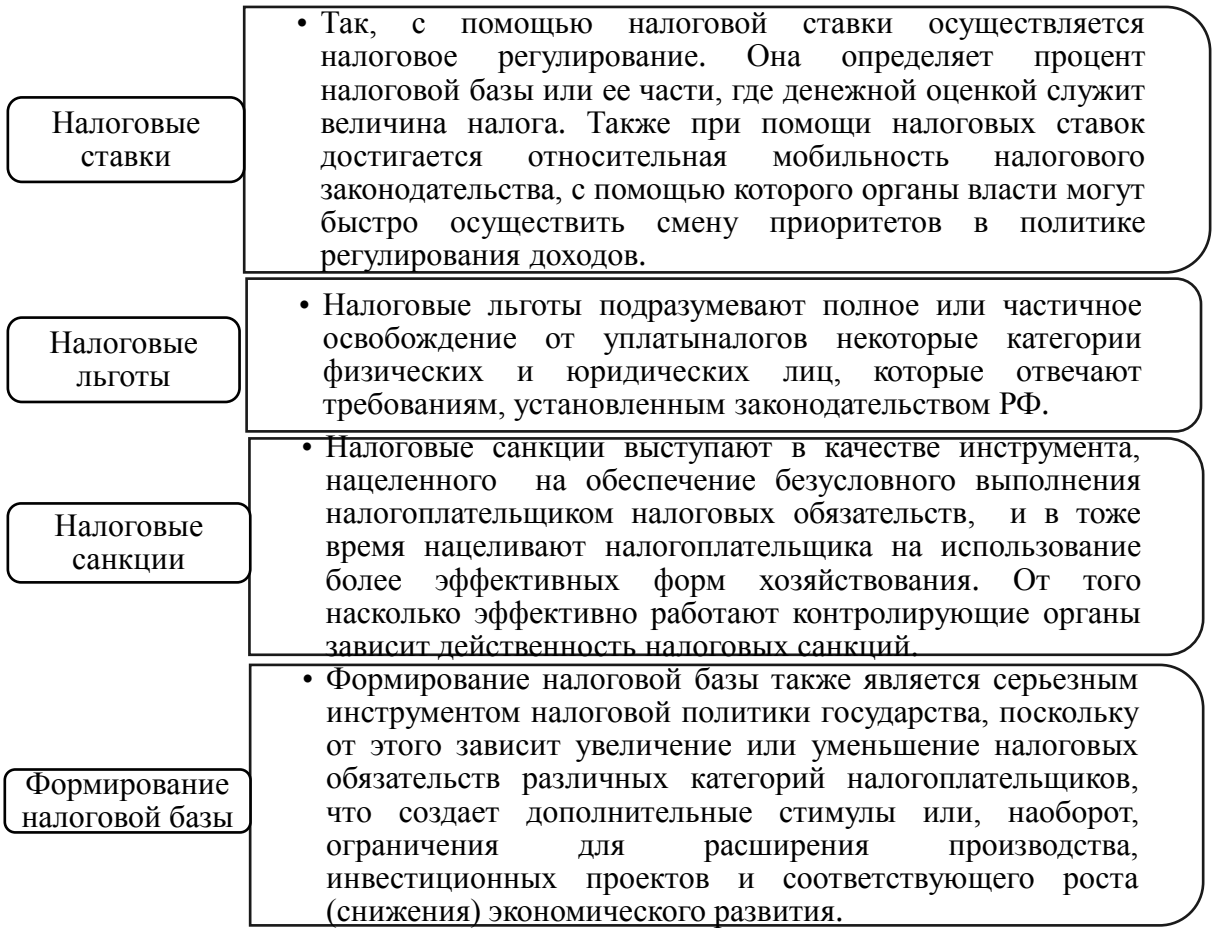



Рисунок 5 – Инструменты регулирования налоговой политики [2, 6]

Рассмотрим подробнее такой инструмент регулирования налоговой политики, как налоговые льготы [7, 8]. Применение данного инструмента было особенно актуальным в 2020 году, когда во время пандемии пострадали многие отрасли экономики. В качестве примера можно привести перечень налоговых льгот для российского бизнеса, которые показаны на рисунке 6.

Таким образом, благодаря такому инструменту налоговой политики, как налоговые льготы, государство способно стимулировать развитие и восстановление различных отраслей экономики. Налоговые льготы помогли российскому бизнесу выйти

из кризиса с не такими большими потерями, как, в том случае, если бы органы власти не предприняли бы подобного решения.

Очевидно, что налоговая политика является важной частью экономической политики и зависит, в первую очередь, от форм и методов ее ведения. Она направлена на обеспечение финансовых потребностей государства и на развитие экономики путем перераспределения финансовых ресурсов.

Рисунок 6 – Перечень налоговых льгот для бизнеса в РФ в 2020 г. [5]

Таким образом, налоги являются фискальным инструментом, благодаря которому обеспечивается финансовая деятельность государства. В качестве инструментов налоговой политики выступают налоговые льготы, налоговые санкции, формирование налоговой базы, а также налоговые ставки. Пандемия Covid-19 оказала большое влияние на изменения в НК РФ. Так, в 2020 г. в качестве мер поддержки со стороны государства в области налогообложения выступают налоговые каникулы (для пострадавших отраслей), снижение страховых взносов, освобождение от налога субсидий МСП и ИП, освобождение от НДФЛ выплат медицинским

работникам, мораторий на выездные проверки, мораторий на налоговые санкции за непредставление документов, приостановка мер взыскания и многие другие.

Наш мир дуален, и у каждого явления, даже самого негативного, есть обратная сторона. Сложный период пандемии показал, что ключевую роль в сложившихся условиях ограниченности финансовых, трудовых и производственных ресурсов сыграли грамотные решения в области налоговой политики с целью поддержки, как предприятий, оказавшихся в тяжелом положении, так и населения в целом.

## Литература


1. Игонина Л.Л. Оценка эффективности бюджетно-налоговой политики: ретроспективный и целеориентированный подходы // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2014. Т. 10. № 28 (265). С. 2-10.

2. Региональные и муниципальные финансы: учебник и практикум. / Игонина Л.Л., Берлин С.И., Болдырева Л.В., Мамонова И.В., Радченко М.В., Рощектаев С.А., Солонина С.В., Чулков А.С. – М.: Юрайт, 2016. – 480 с.

3. Казаков, Д.А. Фискальная политика как метод повышения уровня экономического развития Российской Федерации / Д.А. Казаков // Постулат. № 9, 2018. С. 19-21.

4 Соболев Э.В. Трансформация экономических кризисов: содержательное постоянство в меняющихся формах // Путеводитель предпринимателя. 2021. Т. 14. № 2. С. 78-85.

5 Официальный сайт Федеральной налоговой службы Электронный ресурс: www. analytic.nalog.ru/portal/index.ru-RU.htm (дата обращения: 30.06.2021)]

6. Игонина Л.Л., Рощектаева У.Ю., Тимошенко Н.В., Вихарев В.В. Бюджетный процесс в муниципальном образовании. Учебное пособие / Под ред. Л.Л. Игониной. – М.: Издательство РУСАЙНС, 2019. - 238 с.

7. Игонина Л.Л., Мамонова И.В., Сулейманов М.М. Оценка эффективности стимулирующих налоговых льгот в системе управления региональными финансами // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2016. № 6 (48). С. 180-192.

8. Igonina L.L., Yaroshenko D.V., Vikharev V.V., Shurygin S.V. Budget Potential Of The Region: Attributive Features And Methods Of Assessment // International Journal of Economics and Business Administration. 2019. Т. 7. № S1. С. 355-361.

# Р а з д е л 2

# СОВРЕМЕННЫЙ БИЗНЕС, ИННОВАТИКА И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

**УДК 004.6**

***Романова А.В., Петросян С.К.,***
*студенты 3 курса,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: cassandreray@gmail.com*

***Научный руководитель:***
***Кузьмина Э.В.,***
*к. п. н., доцент,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: evkuzmina@fa.ru*

## Анализ функциональной эффективности Bootstrap для разработки web-приложений

**Аннотация:** статья рассматривает вопросы функциональной эффективности ПО для разработки web-приложений. Данный сегмент еще изучается, постоянно развивается и является молодой отраслью в рыночной экономике. В этой статье проанализировано влияние эффекта Bootstrap на развитие индустрии сайтостроения. Рассмотрены сегменты, которые могут влиять на эффективность развития фрейморков.

**Ключевые слова:** верстка сайта сайт, веб-сайт, Bootstrap, CSS, HTML, JS.

***Romanova A.V., Petrossyan S.K.,***
*students, 3rd year,*

*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: cassandreray@gmail.com*

***Scientific Adviser:***
***Kuzmina E.V.,***
*Docent, Candidate of Science (Pedagogy)*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: evkuzmina@fa.ru*

# Functional efficiency analysis of Bootstrap for web application development

**Abstract:** the article considers the issues of functional efficiency of software for web application development. This segment is still being studied, is constantly developing and is a young industry in the market economy. This article analyzes the impact of the Bootstrap effect on the development of the site building industry. The segments that can influence the effectiveness of the development of frameworks are considered.

**Key words:** website layout, layout, website, website, Bootstrap, CSS, HTML, JS.

Оптимизация веб-сайтов – это совокупность методов, как на стороне сервера, так и на стороне клиента, которые направлены на ускорение времени загрузки веб-сайтов и их рендеринга в браузере для лучшего взаимодействия с пользователем.

Сегодня посетители привыкли к оперативности и быстродействию, типичным для нативных приложений [1]. Они ожидают, что веб-страница загрузится в течение 1000 мс. Если это займет намного больше времени, они, вероятно, покинут сайт.

Поисковые системы, безусловно, догнали эту тенденцию и во многих отношениях внесли в нее свой вклад. Фактически, Google уже некоторое время использует скорость страницы в качестве фактора ранжирования для веб-сайтов при поиске на компьютере. Google объявил, что с июля 2018 года мобильный поиск также будет очень важен для достижения первых позиций в своем списке результатов.

Для разработки сайтов и веб-приложений используются различные фреймворки [2]. Фреймворк Bootstrap является наиболее популярным бесплатным продуктом с открытым кодом, который используется веб-разработчиками для быстрой вёрстки сайтов и веб-приложений. Исходные коды размещены, разработаны и поддерживаются на GitHub.

Однако алгоритм разработки сайтов на Bootstrap производит добавление кодов и ненужного раздувания веб-сайтов, поэтому, при использовании этой популярной интерфейсной библиотеки для разработки пользовательского интерфейса в своем проекте, необходимо уделять дополнительное внимание весу страницы и ее скорости [3].

В этой статье рассмотрим три шага внешней оптимизации, которые можно предпринять, для быстрого отображения и хорошей оптимизации.

Bootstrap с помощью компонентов HTML, CSS и JavaScript ускоряет и упрощает интерфейсную веб-разработку для адаптивных, мобильных проектов. Bootstrap включает:

- Строительные леса: глобальные стили, гибкую сетку и макеты, адаптивный дизайн.
- Базовый CSS: основные элементы HTML для типографики, таблиц, форм, кнопок, изображений, которые можно стилизовать и улучшить с помощью расширяемых классов.
- Обширный список компонентов: компоненты многократного использования, такие как значки, раскрывающиеся списки, группы ввода, навигация и индикаторы выполнения, метки и значки, предупреждения, медиа-объекты и многое другое.
- Плагины JavaScript: плагины jQuery для переходов, слайдеров, всплывающих окон, вкладок, аккордеонов, каруселей, напечатанного текста, модальных окон.
- Настраиваемые компоненты: разработчики могут создавать свои собственные версии компонентов Bootstrap, переменных LESS и плагинов jQuery.

Анализ функциональных возможностей Bootstrap позволил выявить следующие преимущества: легкость изучения и использования, последовательность и кроссбраузерная совместимость, наличие мобильного подхода, использование адаптивной сетки, богатый набор функций и частые обновления [4].

Легкость применения Bootstrap заключается в том, что он использует два популярных препроцессора CSS: Less и Sass . Для тех, кто не хочет или не знает, как их использовать, фреймворк предоставляет простой файл CSS. После загрузки файлов с веб-сайта Bootstrap разработчик должен распаковать их и добавить в заголовок файлов HTML. Эти простые шаги обеспечивают доступ ко всей структуре. Разработчик может использовать сетку Bootstrap по умолчанию и любые предопределенные классы Bootstrap с их разметкой.

Кроссбраузерная совместимость состоит в том, что Bootstrap нацелен на создание централизованного многоцелевого кода и единообразие конечного результата на разных платформах. Он поддерживает последние версии всех основных браузеров и постепенно снижается для старых браузеров, таких как IE 8. Программное обеспечение, использующее Bootstrap, обеспечивает независимую от платформы производительность.

Мобильный подход состоит в том, что начиная с версии 2.0 фреймворк поддерживает адаптивный веб-дизайн, при котором макет веб-страницы динамически регулируется в зависимости от типа и размера устройства, на котором она просматривается. Начиная с версии 3.0, Bootstrap реализует стили дизайна для мобильных устройств во всей библиотеке.

Bootstrap имеет адаптивную сетку из 12 столбцов. Эти сетки имеют классы xs, sm, md и lg, каждый из которых определен синхронно с разрешением устройства. Все, что нужно сделать разработчику, это применить эти классы при определении видимости элемента в разметке. Разработка адаптивных веб-сайтов еще никогда не была такой простой.

Богатый набор функций состоит в том, что Bootstrap предоставляет десятки настраиваемых компонентов HTML и CSS, плагины JavaScript, адаптивные сетки из 12 столбцов, типографику, элементы управления формами и веб-настройщик. Фиксированная или адаптивная сетка, смещение и вложение столбцов - это всего лишь вопрос нескольких простых изменений. Разработчик имеет свободный доступ к любому из классов и компонентов и может гибко использовать только те объекты, которые необходимы в конкретной разметке, не перегружая код [5].

Bootstrap – один из наиболее часто обновляемых фреймворков, доступных в Интернете. Как только возникает какая-либо проблема,

команда разработчиков Bootstrap решает ее и выпускает новый выпуск. Пользователи всегда могут быть уверены, что они работают с самыми последними и безопасными инструментами.

Данные функциональные возможности влекут за собой как положительные, так и отрицательные стороны использования Bootstrap.

К функциональной эффективности Bootstrap относятся высокая скорость разработки, мобильность, поддержка сообщества разработчиков.

Высокая скорость разработки Bootstrap определяется наличием готовых блоков кода, что не требует кодирования с нуля. Bootstrap также предоставляет готовые темы, шаблоны и другие ресурсы, которые можно загрузить и настроить в соответствии с потребностями разработчика, что позволяет создать уникальный веб-сайт как можно быстрее.

С 1 июля 2019 года Google начал использовать мобильность как важный фактор ранжирования для всех веб-сайтов. Это связано с тем, что пользователи предпочитают использовать сайты, совместимые с размером экрана устройства, которое они используют. Другими словами, они предпочитают доступ к адаптивным сайтам.

Bootstrap – идеальный выбор для отзывчивых сайтов, поскольку он имеет отличную систему гибких сеток и отзывчивые служебные классы, которые делают задачу легкой и быстрой.

Bootstrap имеет огромное количество ресурсов, доступных на официальном сайте, и пользуется огромной поддержкой сообщества разработчиков. Следовательно, это помогает всем разработчикам быстро исправлять проблемы.

В настоящее время Bootstrap разрабатывается и поддерживается на GitHub Марком Отто, в настоящее время главным дизайнером и архитектором бренда в GitHub, с почти 19 тысячами коммитов и 1087 участниками. Команда регулярно выпускает обновления для исправления любых новых проблем и повышения эффективности фреймворка.

Например, в настоящее время команда Bootstrap работает над выпуском версии 4.3, в которой будет удален jQuery для обычного JavaScript. В первую очередь это связано с тем, что jQuery добавляет 30 КБ к размеру веб-страницы, и его сложно настроить с помощью таких сборщиков, как Webpack.

Точно так же Flexbox – это новая функция, добавленная в платформу Bootstrap 4. Фактически, Bootstrap версии 4 богат такими функциями, как сетка на основе Flexbox, гибкие размеры и плавающие элементы, автоматические поля, вертикальное центрирование и новые утилиты для определения интервалов.

Кроме того, имеется множество веб-сайтов, предлагающих учебные пособия по Bootstrap, широкую коллекцию тем, шаблонов, плагинов и набор пользовательского интерфейса, которые можно использовать в соответствии с вашим вкусом и характером проекта.

К отрицательны сторонам Bootstrap, относятся однотипность сайтов, низкая скорость начальной загрузки, неприемлемость для сознаия сайтов, которым не требуется полноценная среда.

Все сайты Bootstrap выглядят одинаково. Команда Twitter представила Bootstrap с целью помочь разработчикам использовать стандартизированный интерфейс для создания веб-сайтов в короткие сроки. Однако одним из основных недостатков этой платформы является то, что все веб-сайты, созданные с использованием этой структуры, легко узнаваемы как сайты Bootstrap.

Если открыть Airbnb, Twitter, Apple Music или Lyft можно увидеть одинаковые жирныме заголовки, округлые шрифты без засечек и с большим количеством отрицательного пространства.

Bootstrap печально известен тем, что добавляет на веб-сайты ненужного раздувания, поскольку генерируемые файлы огромны по размеру. Это приводит к увеличению времени загрузки и разрядке аккумулятора. Кроме того, если удалить их вручную, это нарушит цель использования фреймворка.

Bootstrap не может быть подходящей внешней средой для всех типов веб-сайтов, особенно для тех, которым не требуется полноценная среда. Это потому, что пакеты тем Bootstrap невероятно тяжелы из-за разряжающих батарею скриптов. Кроме того, Bootstrap имеет CSS весом 126 КБ и 29 КБ JavaScript, что может увеличить время загрузки сайта.

В таких случаях можно использовать альтернативы Bootstrap, а именно: Foundation, Skeleton, Pure и Semantic UI, адаптируемые и легкие фреймворки, которые могут удовлетворить потребности в разработке и повысить удобство использования сайта.

В заключение можно сделать следующие выводы. Веб-сайт с быстрой отрисовкой является ключевым фактором, определяющим удобство использования веб-сайтов для пользователей. Это

становится еще более важным, когда дело доходит до оценки опыта пользователей Интернета на мобильных устройствах. Использование методов, которые играют роль в оптимизации веб-сайта Bootstrap для повышения производительности с точки зрения фронтенд-разработки, позволяют оптимизировать функциональность Bootstrap и избежать отрицательных эффектов.

## Литература


1. Kuz'mina E.V., P'yankova N.G., Tret'yakova N.V., Botsoeva A.V. Using data analysis methodology to foster professional competencies in business informaticians // European Journal of Contemporary Education. 2020. Т. 9. № 1. С. 54-66.

2. Kuzmina E.V., Pyankova N.G., Naryzhnaya N.Y. Development of creative potential of students of engineering specialties within the framework of mathematical and information disciplines // Smart Innovation, Systems and Technologies. 2019. Т. 139. С. 50-57.

3. Кузьмина Э.В., Кухаренко Л.В. Рынок программного обеспечения для автоматизации библиотек // Сфера услуг: инновации и качество. 2018. № 36. С. 30-39.

4. Кузьмина Э.В., Пьянкова Н.Г. Автоматизация аналитических технологий // Актуальные проблемы экономической теории и практики. Сборник научных трудов. Под редакцией В.А. Сидорова. Краснодар, 2018. С. 213-221.

5. Кузьмина Э.В. Моделирование естественно-языкового интерфейса автоматизированных информационных систем // Современные проблемы социально-гуманитарных и юридических наук: теория, методология, практика. Материалы III международной научно-практической конференции/ Под общей ред. Е.В. Королюк. 2018. С. 98-101.

**УДК 004.01**

***Каракиян О.О.,***
*студент 4 курса,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: olyakarakiyan@mail.ru*

***Научный руководитель:***
***Кирий В.А.,***
*к. ф.-м. н.*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: vladimir@kiriy.ru*

# Актуальность использования технологии чат-ботов при взаимодействии с контрагентами производственного предприятия

**Аннотация:** в статье поднимается проблема актуальности использования технологии чат-ботов на производственном предприятии. Были представлены актуальные требования, которые выдвигаются к чат-боту на производственном предприятии, и рассмотрены основные платформы для создания чат-ботов, произведена оценка на соответствие требованиям. В результате этого выявлена платформа, наиболее полно соответствующая требованиям.

**Ключевые слова:** чат-бот, производственное предприятие, платформа, машинное обучение.

***Karakiyan O.O.,***
*student, 4th year,*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: olyakarakiyan@mail.ru*

***Scientific Adviser:***
***Kiriy V.A.,***
*Docent, Candidate of Science (Physical and Mathematical Science),*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: vladimir@kiriy.ru*

# The relevance of the use of chatbot technology in interaction with contractors of a manufacturing enterprise

**Abstract:** the article raises the problem of the relevance of the use of chatbot technology in a manufacturing enterprise. The current requirements that are put forward for a chatbot at a production enterprise were presented, and the main platforms for creating chatbots were considered, and an assessment was made for compliance with the requirements. As a result, the platform that most fully meets the requirements was identified.

**Key words:** chatbot, production enterprise, platform, machine learning.

Чат-бот – это программа, в которой заранее прописан алгоритм вопросов и ответов, которые приходят собеседнику автоматически в виде текста или аудиосообщения.

В основе принципа работы чат-бота лежит заранее прописанный сценарий общения, таким образом бот сразу понимает, какой ответ нужно выдать пользователю на заданный вопрос. Чат-боты можно использовать непосредственно на сайте компании или интегрировать их в мессенджеры или социальные сети.

Основные функции чат-ботов – оказание тех. поддержки пользователей, увеличение охвата аудитории и удержание потенциальных клиентов в воронке продаж при минимальных затратах [1].

На любом производственном предприятии продажа товара также имеет огромное значение. Недостаточно создать высококачественный товар, который отвечает запросам потребителей, необходимо также довести его до конечных потребителей и обеспечить его доступность целевому сегменту

рынка. Для этого предприятие разрабатывает маркетинговую стратегию по сбыту товара, очень важной частью которой является взаимодействие с покупателями [2]. Именно на этом этапе внедрение чат-бота поможет повысить эффективность всего процесса взаимодействия с покупателями и тем самым увеличить продажи.

Актуальные требования для технологии чат-ботов при взаимодействии с контрагентами производственного предприятия:

1. Аутентификация пользователей, вход по присвоенному паролю. Данное требование является гарантом безопасности, ведь таким образом пользователи будут уверены, что их контактная информация не попадет к третьим лицам;
2. Самообучающийся бот, разработанный на основе машинного обучения. Бот должен без проблем отходить от заданного сценария и давать ответ на вопрос, даже если пользователь задал его в свободной форме;
3. Сегментация рынка и рассылка оповещений по заданным критериям. Контрагенты предприятия могут быть очень разнообразными, сюда входят также покупатели продукции. На крупных производственных предприятиях это локальные сети, федеральные сети и дистрибьюторы, которые занимаются дальнейшим распространением продукции. Для каждого предприятия-покупателя существует своя система скидок, реализации акционных товаров и заданного каталога продукции. Поэтому очень важно, чтобы чат-бот разделял информацию и предоставлял каждому контрагенту только те сведения, которые относятся к его предприятию;
4. Поддержка графических изображений. Каталог продукции всегда лучше всего подкреплять картинками и фотографиями продукции, так покупателям будет проще понять, какой именно товар их интересует;
5. Интеграция с информационными системами предприятия. Собранная контактная информация, зарегистрированный заказ или запрос на сотрудничество от контрагента должны где-то обрабатываться, для этого очень важно, чтобы чат-бот был интегрирован с внутренними системами компании. Это позволит напрямую передавать информацию из бота в систему и создавать нужные документы без особых усилий;
6. Аналитика и систематизация информации. Чат-бот должен собирать информацию от контрагентов, анализировать её и

предоставлять различные отчеты. Это поможет предприятию понять, какая товарная позиция наиболее популярна у контрагентов, продажи какого товара самые низкие, а также выявлять рост или падение продаж.

Таким образом, выделено 6 основных критериев, которым обязательно должен соответствовать чат-бот на производственном предприятии. Далее в работе будет произведен анализ популярных платформ для конструирования чат-ботов, чтобы определить, какая из них отвечает заданным критериям. Оценка на соответствие каждому критерию будет произведена по 10-ти бальной шкале, где 0 – совсем не соответствует, а 10 – полностью соответствует.

CraftTalk – отечественная платформа, предназначенная для коммуникации с пользователями с помощью чата на сайте или в мессенджере. Данная платформа является омникальной, это означает, что все действия пользователя в чат-боте поступают в одну аналитическую точку, что позволяет комплексно анализировать данные от покупателя и эффективно настраивать индивидуальные предложения [3]. Таким образом, платформа CraftTalk на 10 баллов соответствует требованию «Сегментация рынка и рассылка оповещений по заданным критериям».

Данная платформа обеспечивает создание интеллектуального чат-бота, способного обучаться на базе нейросетей. Это означает, что обучение бота не требует колоссальных затрат, привлечения лингвистов для настройки и обслуживания. Соответствие требованию «Самообучающийся бот, разработанный на основе машинного обучения» оценивается в 10 баллов.

В платформе CraftTalk существует встроенная аналитическая система, которая позволяет в разных разрезах увидеть статистику обращений, эффективность операторов и чат-бота. Однако программе доступны только стандартные метрики контакт-центров, сформировать более сложную аналитическую отчетность не получится. Соответствие критерию «Аналитика и систематизация информации» оценивается в 6 баллов.

Платформа поддерживает интеграцию с информационными системами предприятия, но на данном этапе это только системы HelpDesk и MicrosoftTeams. Это означает, что если данные системы не интегрированы с остальными информационными системами предприятия, могут возникнуть большие трудности. Поэтому в блоке

«Интеграция с информационными системами предприятия» платформа получает 5 баллов.

При настройке чат-бота можно указать параметры, которые позволят пользователям начинать общение либо сразу, без авторизации, либо только после указания пароля от учетной записи. Соответственно, в блоке «Аутентификация пользователей, вход по присвоенному паролю» платформа получает 10 баллов.

Информацию о поддержке графических изображений при обратной связи чат-бота на данной платформе найти в открытых источниках не удалось, соответственно, за данный блок CraftTalk получает 0 баллов, из-за невозможности оценить соответствие данному критерию.

Таким образом, присвоив оценку платформе CraftTalk по каждому пункту из заданных критериев, можно посчитать среднюю арифметическую оценку по всем пунктам:

$$\frac{10 + 10 + 6 + 5 + 10 + 0}{6} = 6,83$$

Следующая платформа для рассмотрения – DialogFlow. Это платформа для построения чат-ботов на основании естественного языка, которая своими возможностями позволяет проектировать и интегрировать интерфейс для пользователей на веб-сайте, в мобильном приложении или мессенджере [4].

Данная платформа построена на основе машинного обучения, что позволяет ей обучаться на заданных примерах. Заказчикам достаточно предоставить текстовую информацию для бота, например, записи разговора из колл-центра, и через какое-то время он научится самостоятельно вести диалог и давать ответа на вопросы. Соответственно, в категории «Самообучающийся бот, разработанный на основе машинного обучения» платформа DialogFlow получает 10 баллов.

Платформа предполагает добавление изображений, гиф-картинок и кнопок в качестве ответа на вопрос пользователя, однако данный функционал может быть доступен только в мессенджерах. Это значит, что в блоке «Поддержка графических изображений» платформа получает 5 баллов.

В DialogFlow есть встроенная аналитика, однако она направлена только на статистику использования чат-бота. Это означает, что есть

возможность оценить эффективность ведения диалога с пользователем и при необходимости внести корректировки в сценарий, но получить сложные аналитические данные по проданному товару не получится. Соответственно, в блоке «Аналитика и систематизация информации» платформа получает 3 балла.

Так как платформа не поддерживает сложную аналитику, разделить рынок покупателей по сегментам получится только вручную. При этом бот, построенный на платформе DialogFlow, не может рассылать автоматические сообщения, а только отвечать на сообщение от пользователя. В блоке «Сегментация рынка и рассылка оповещений по заданным критериям» данная платформа получает 2 балла.

Платформа DialogFlow позволяет настроить аутентификацию пользователей, присвоить пароль и запрашивать его при входе пользователя в систему. Бот не начнет вести диалог, если пользователь не ввел пароль или ввел его неправильно. Таким образом, в категории «Аутентификация пользователей, вход по присвоенному паролю» платформа получает 10 баллов.

DialogFlow поддерживает интеграцию с внешними сервисами через API, это означает, что при грамотной настройке функционала данные с платформы можно передать в любую информационную систему предприятия. В блоке «Интеграция с информационными системами предприятия» данная платформа получает 10 баллов.

Таким образом, присвоив оценку платформе DialogFlow по каждому пункту из заданных критериев, можно посчитать среднюю арифметическую оценку по всем пунктам:

$$\frac{10 + 5 + 3 + 2 + 10 + 10}{6} = 6{,}66$$

Еще одна платформа, которая позволяет создать чат-бота, – Botmother. Данная платформа является конструктором для создания чат-ботов для бизнеса, при этом логику работы бота можно описать один раз и использовать ее для всех существующих интеграций с мессенджерами [5].

В данной платформе есть возможность собрать статистику пользователей, отфильтровать их по присвоенным идентификаторам и разделить пользователей по нужным сегментам. Также доступен

функционал автоматической рассылки сообщений, что позволяет оповестить пользователей о новых акциях и изменениях в компании. Соответственно, в категории «Сегментация рынка и рассылка оповещений по заданным критериям» платформа получает 10 баллов.

Botmother поддерживает настройку, при которой пользователи могут авторизоваться в системе только по присвоенному паролю. В случаях, когда данная настройка выключена, общение с ботом идет по стандартному заданному сценарию. В блоке «Аутентификация пользователей, вход по присвоенному паролю» платформа получает 10 баллов.

С другими приложениями и информационными системами платформа интегрируется с помощью API или специальных сервисов-коннекторов, так что при грамотной настройке функционала можно передавать данные в системы предприятия. Однако данный функционал не доступен в бесплатной версии платформы, он реализован только при покупке определенных тарифов программы. Из-за этого в блоке «Интеграция с информационными системами предприятия» платформа получает 8 баллов.

Платформа Botmother, как и другие рассмотренные выше платформы, построена на базе машинного обучения. Оператору достаточно внести в бота ключевые слова и задать правило, которое будет срабатывать при получении данных ключевых слов от пользователя. В блоке «Самообучающийся бот, разработанный на основе машинного обучения» платформа получает 10 баллов.

За отдельную плату в платформе доступен функционал аналитической отчетности, в которой можно собрать всю полезную информацию о пользователях. Платформа может провести опросы пользователей, собрать полученную информацию и вывести её в виде отчета, также доступно построение графиков и гистограмм. Так как данный функционал платный, в блоке «Аналитика и систематизация информации» Botmother получает 9 баллов.

Botmother позволяет вставлять картинки при ответе на вопрос пользователя, это отвечает требованиям производственного предприятия, так как есть возможность отправить каталог и отдельные фотографии продукции. Отправить гиф-файлы не получится, данный функционал не поддерживается в платформе. В блоке «Поддержка графических изображений» Botmother получает 9 баллов.

Таким образом, присвоив оценку платформе Botmother по каждому пункту из заданных критериев, можно посчитать среднюю арифметическую оценку по всем пунктам:

$$\frac{10 + 10 + 8 + 10 + 9 + 9}{6} = 9{,}33$$

После того, как проведен сравнительный анализ трех платформ, предназначенных для создания чат-ботов, можно построить лепестковую диаграмму для наглядности результата:

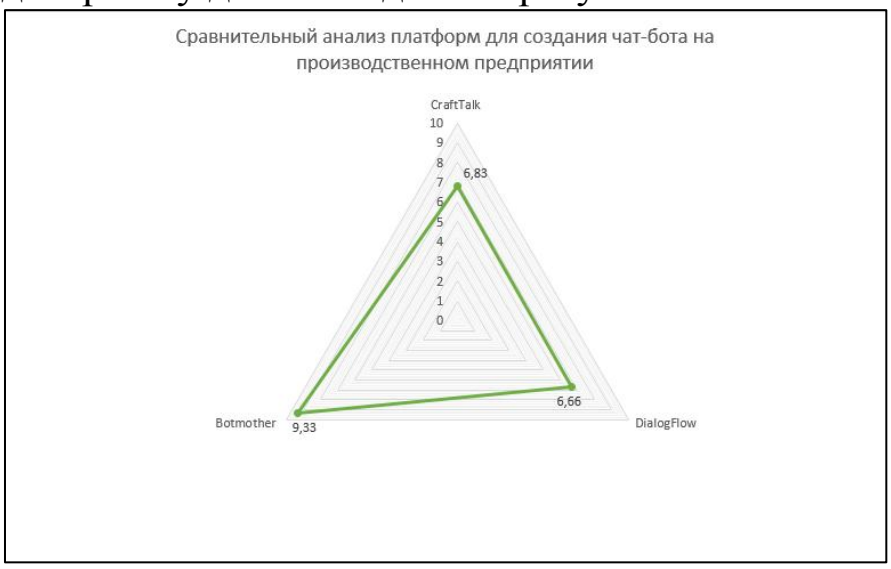



Рисунок 1 – Сравнительный анализ платформ для создания чат-бота на производственном предприятии

Платформа Botmother наиболее полно отвечает всем требованиям производственного предприятия, выдвинутым к чат-боту. Данная платформа имеет наиболее широкий функционал по сравнению с остальными платформами, представленными в данном докладе.

## Литература

1. Баженов Д.С. Чат-боты и мессенджеры: способы применения // Интернет-маркетинг. — 2019. — No2. — С.96–104. URL: https://ez.el.fa.ru:2058/article-t188.html

2. Баженов Д.С. Решение бизнес-задач с помощью мессенджеров // Интернет-маркетинг. — 2019. — No4. — С.266–272. URL: https://ez.el.fa.ru:2058/article-oba4.html

3. URL: https://crafttalk.ru/

4. URL: https://cloud.google.com/dialogflow/docs?hl=ru
5. URL: https://botmother.com/ru

**УДК 004.09**

***Романова А.В., Петросян С.К.,***
*студенты 3 курса,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: cassandreray@gmail.com*

***Научный руководитель:***
***Нарыжная Н.Ю.,***
*к.т.н., доцент,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский Филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: NYUNaryzhnaya@fa.ru*

## Анализ влияния игровой индустрии на бизнес

**Аннотация:** в статье проанализировано влияние игровой индустрии на бизнес. Проводится обзор исторических аспектов развития и трансформации игрового компьютерного бизнеса, особенности формирования прибыли крупных компаний – дистрибьютеров видео игр, а также их разработчиков. Рассмотрены сегменты, которые могут влиять на развитие данной отрасли, а также перспективы дальнейшего развития экосистемы, основанной на игровом бизнесе.

**Ключевые слова:** игровая индустрия, игры, игроки.

***Romanova A.V., Petrossyan S.K.,***
*students, 3rd year,*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: cassandreray@gmail.com*

***Scientific Adviser:***
***Naryzhnaya N.Y.,***
*Docent, Doctor of Technical Science,*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
e-mail: NYUNaryzhnaya@fa.ru

## Analysis of the impact of the gaming industry on business

**Abstract:** the article analyzes the impact of the gaming industry on business. The article reviews the historical aspects of the development and transformation of the gaming computer business, the specifics of the formation of profits of large video game distribution companies, as well as their developers. The segments that can influence the development of this industry, as well as the prospects for further development of the ecosystem based on the gaming business, are considered.

**Key words:** game industry, games, players.

С 1980-х годов начали популяризовать персональные компьютеры, которые положили начало для игрового компьютерного сегмента. Игровой дизайн обычно начинается с подачи идеи игры, принимая форму документа, некоторого концепт-арта и, возможно, даже видео-макета или прототипа. Все основные функциональные возможности были бы тогда реализованы, и игра была бы воспроизводима от начала до конца. Игровая индустрия претерпела значительную эволюцию с 1970-х годов и перешла от маргинальной деятельности к мейнстриму [5].

Важный вклад в развитие индустрии внес ремастеринг старых игр. Несмотря на техническое превосходство новых консолей, они имеют малую ценность без библиотеки игр. Следующее поколение игр – это вопрос будущего. В то же время многие игроки до 35 лет особенно любят старые игры: некоторые даже используют Playstation 3 [1]. Тенденция к ностальгии будет распространяться и в 2022 году [5].

Виртуальная реальность является не мало важной сегментом развития игровой индустрии и на данный момент задает тенденции в адаптации игр не только для ПК и прочих устройств. Несколько игровых компаний уже начали совершенствовать свою

фотореалистичную графику в консольных и компьютерных играх. Разработчики постоянно совершенствуют эту технологию, чтобы сделать ее незаменимой в жизни геймеров. Данная технология двигает компании созданию новых комплектующих устройств и развитию ИТ и смежных сегментов [2].

Подавляющее большинство (82%) городского населения онлайн в Юго-Восточной Азии геймеры. Мобильная платформа со значительным отрывом – самая популярная платформа в регионе. Тем не менее, консоли и ПК популярны, и в них также играет большинство онлайн-пользователей (рис. 1) [3]:

- 80% играют в игры с мобильных устройств;
- 69% играют в игры на ПК;
- 57% играют на консоли.

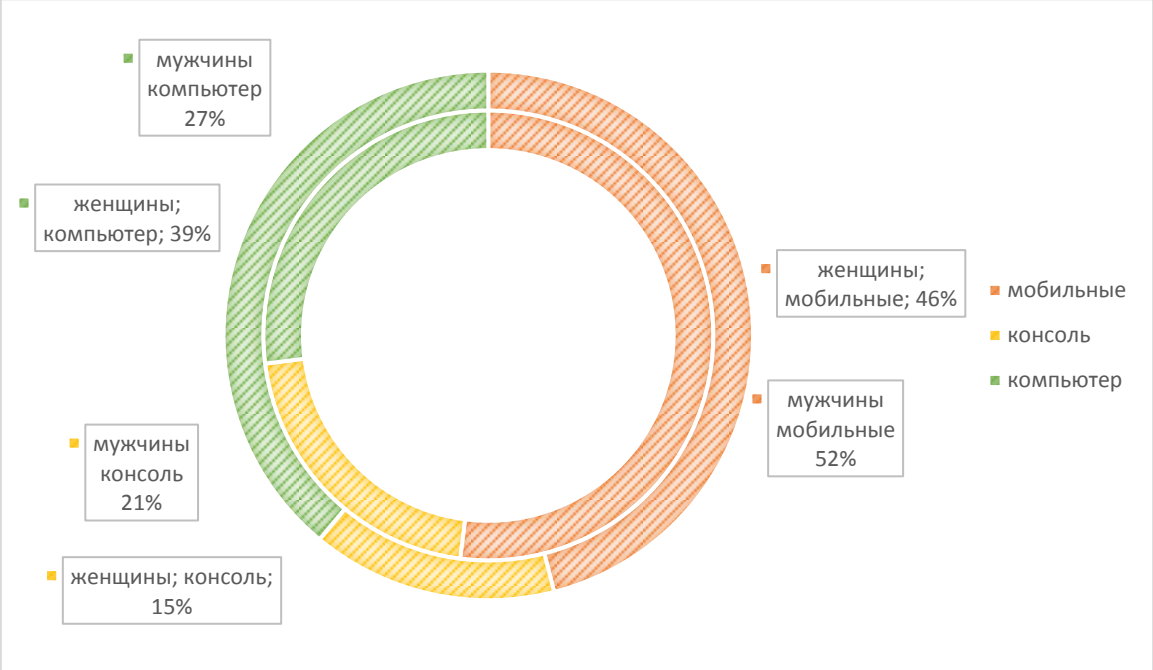



Рисунок 1 – Гендерное соотношение пользователей

Рассказы в основных СМИ могут предполагать, что доля геймеров в этой группе населения – преимущественно мужчины. Это не так. На диаграмме ниже показано, что гендерное разделение гораздо более равномерное, особенно в части игр на мобильных устройствах:

В целом самый популярный игровой жанр в Юго-Восточной Азии – это стратегии. Фактически, более трети городского онлайн-населения играет в жанр стратегии. И он популярен во всех трех сегментах: мобильных (36% игровых стратегий), консольных (32%) и ПК (29%) [3].

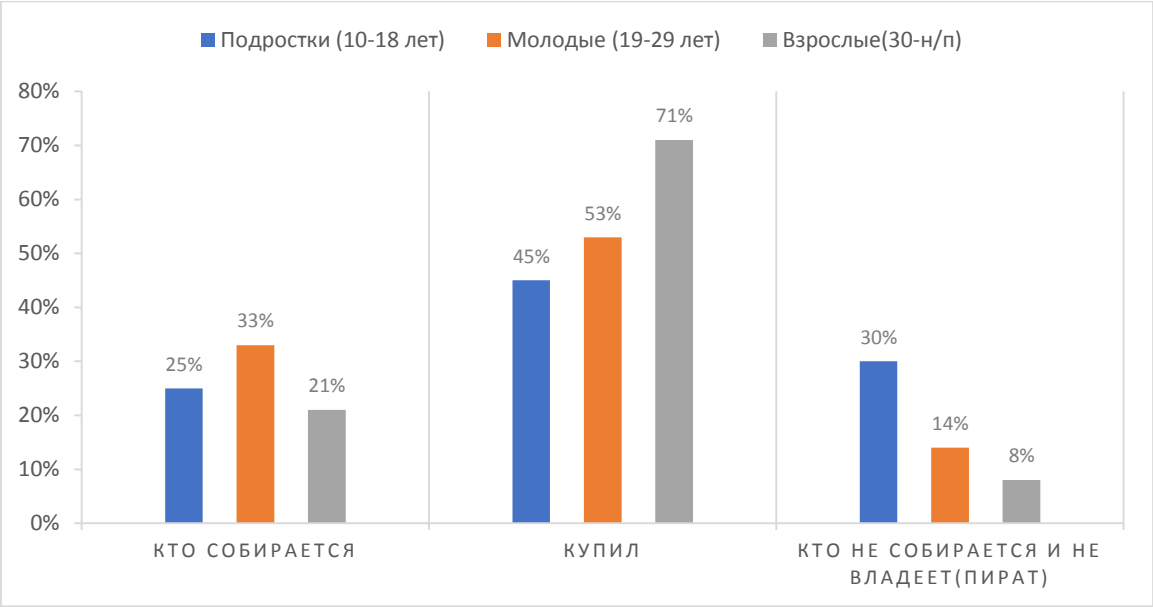



Рисунок 2 – Покупательная способность

Большинство из этих платящих геймеров (95%) потратили на игровые предметы или виртуальные товары за последние шесть месяцев, что имеет смысл, учитывая вовлеченность рынка в бесплатные игры. Чаще всего покупается внутри игровая валюта – как для женщин (22%), так и для мужчин (22,5%).

Рассмотрим прибыль крупных компаний – дистрибьютеров видео игр, получаемой за последний квартал 2020 года (рис. 3) [4].

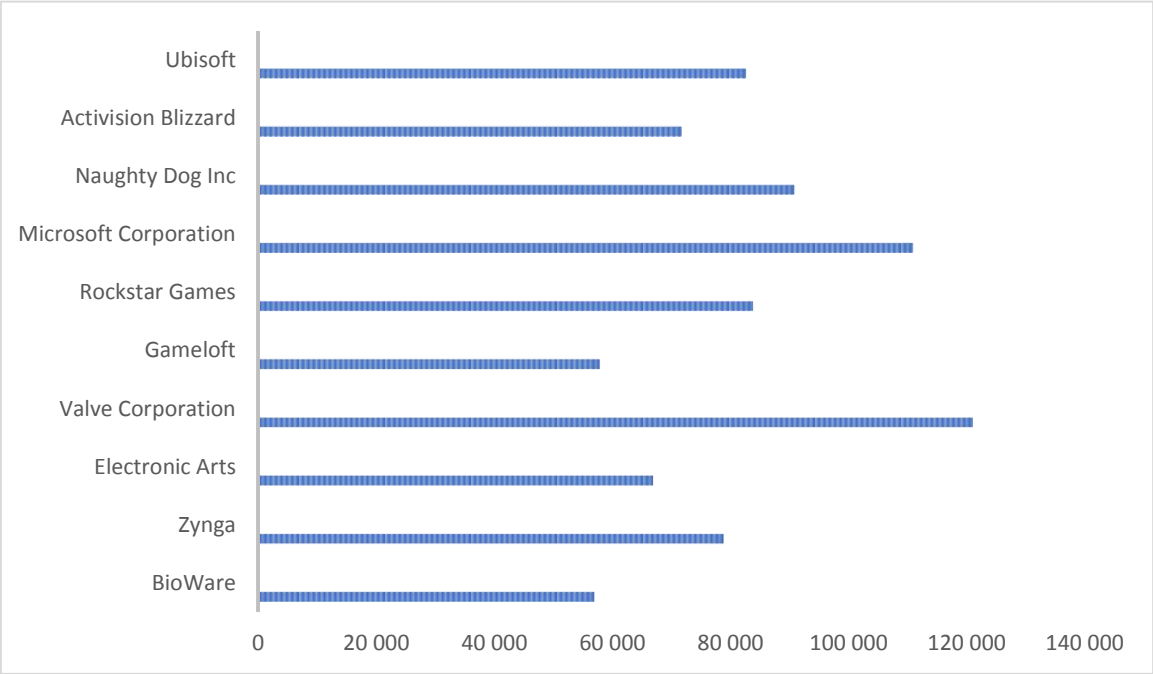



Рисунок 3 – Доходы крупных компаний за IV квартал 2020 г.

Вышеперечисленные в таблице компании есть ограничения только платформы. В этот список можно было бы добавить и другие агентства, и компания занимающиеся разработкой игр, но если брать за основу доходность компаний, то перечисленные компаниями является мастодонтами в этой области. Так же мы не брали частные лица, которые могут разрабатывать не менее доходные игры и дизайн к ним.

Если сравнивать доходность компаний за 5 лет, то можно сделать вывод что доход вырос примерно 200–350%. Пандемия коронавируса охватила мир в первые месяцы 2020 года и игры стали чрезвычайно успешной альтернативой фильмам и телешоу для людей, запертых в четырех стенах. Бум многопользовательских онлайн-игр в период Covid-19 привел к развитию жанра королевской битвы и, в частности, игры Fortnite от компании Epic Games.

Также с 1 января 2020 года Epic Games запустили мобильную версию игры, которая получила название Battle Royale. До 13 августа 2020 года игра находилась в топе маркетплейсов и била рекорды по скачиваниям и выручке. Но 13 августа «Battle Royale» был удален из App Store и Google Play из-за разногласий разработчиков игры с руководствами маркетплейсов.

Battle Royale от компании Epic заняла четвертое место по выручке от игр подобного жанра во всем мире, собрав около 290 миллионов долларов. Если рассматривать только продажи в App Store, Fortnite занял третье место с почти 280 миллионами долларов, уступив PUBG Mobile и Knives Out.

Команда Kevuru Games также приложила свои усилия к продвижению Fortnite и привлечению в него большего количества игроков. Один из пунктов, над которым они проделали колоссальную работу – это «скины», что в переводе с языка игровой индустрии – визуальный облик персонажа для следующей игровой сессии. Несмотря на то, что игра бесплатна, и внутри игровую валюту можно получить без каких-либо реальных дополнений, просто заходя в игру каждый день или выполняя задания, многие предпочитают ускорить процедуру и купить свои любимые «скины» и дополнительные предметы для них: оружие, сумки, рюкзаки и даже домашних животных. Исходя из этого, можно сделать вывод, что визуальная составляющая в играх становится всё важнее.

По прогнозам сайта Statista, в 2021 году число геймеров может достичь одной трети населения земного шара. Большинство игроков –

выходцы из Азии-около 1,4 миллиарда. За ней следуют Европа с 386 миллионами, Ближний Восток и Африка с 377 миллионами, Латинская Америка с 266 миллионами и Северная Америка с 210 миллионами.

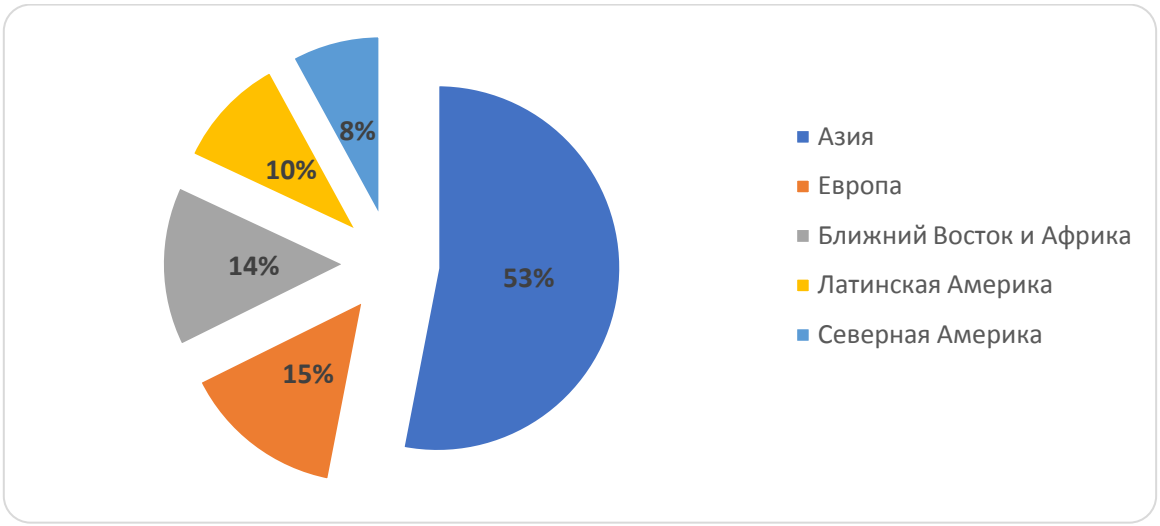



Рисунок 4 – Соотношение числа геймеров по разным частям света

Люди легко расстаются с деньгами, чтобы испытать яркие виртуальные впечатления во время карантина. Больше всего денег на Игры тратит Азиатско-Тихоокеанский регион: на него приходится 72,2 миллиарда долларов всех доходов, из которых 34,4 миллиарда приходится на Китай. Если рассматривать по странам, то лидерами по объему выручки являются США: здесь выручка от игр достигает 36,9 миллиарда долларов [2].

Капитализация мирового рынка компьютерных и мобильных игр к концу года достигнет $ 159,3 млрд, следует из прогноза Newzoo. Это почти в три раза больше рынка музыкального контента и в четыре раза больше мирового кинопроката. К 2022 году объем рынка увеличится до $ 196 млрд, при среднегодовом темпе роста в 9% в 2018–2022 годах.

Крупные неигровые компании начали беспокоиться о растущем влиянии игр задолго до начала пандемии. В прошлом году генеральный директор «Netflix» Рид Хастингс заявил, что он гораздо меньше боится своих прямых конкурентов Disney или Amazon, чем YouTube и видеоигру Fortnite от Epic Game. Сейчас ситуация стала еще интереснее, ведь сидя дома и мечась в поисках развлечений, люди чаще находят ее в интерактивной игре, чем в пассивном созерцании фильма.

**Литература**

1. Ryan Kaufman Inside, Randy Nichols, Ken McAllister, Judd Ruggill, the Video Game Industry: Game Developers Talk About the Business of Play 1st Edition. 2017. С 229-233.
2. Raising the Stakes: E-sports and the Professionalization of Computer Gaming by T.L. Taylor. 2012. С 68-73.
3. Dal Yong Jin Korea's Online Gaming Empire. 2010. С 57-59.
4. Tom Chatfield Fun Inc.: Why games are the 21st Century's most serious business. 2010 С 120-123.
5. Jeremiah B. McCall Gaming the Past: Using Video Games to Teach Secondary History, 2011. С. 11-14.

**УДК 004.9**

***Полуяктова Н.В.,***
*студентка 4 курса,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*email: npoluyaktova@gmail.com*

***Научный руководитель:***
***Кирий В.А.,***
*доцент, к. физ.- мат. н.,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*email: vladimir@kiriy.ru*

# Формирование дополнительных требований к информационной системе медицинской лаборатории для эффективной реализации заборов анализов на дому

**Аннотация:** в настоящей статье рассматривается необходимость формирования дополнительных требований к информационной системе медицинской лаборатории с целью повышения эффективности реализации бизнес-процесса забора проб анализов на дому. Представлены результаты исследования данного бизнес-процесса, выявлены связанные с ним риски и предложены способы их минимизации.

**Ключевые слова:** информационная система медицинской лаборатории, ЛИС, бизнес-процесс забора проб анализов на дому.

***Poluyaktova N.V.,***
*student of the 4th year,*
*Financial University, Krasnodar Branch*
*email: npoluyaktova@gmail.com*

***Scientific Adviser:***
***Kiriy V.A.,***
*Doctor of Science (Physics and Mathematics),*
*Financial University, Krasnodar Branch*
*email: vladimir@kiriy.ru*

## Formation of additional requirements for the information system of a medical laboratory for the effective implementation of home-based sampling

**Abstract:** in the current article the need for the formation of additional requirements for the laboratory information system is considered in order to improve the implementation of the business process of home-based medical sampling. The results of the study of this business process are presented, the risks associated with it are identified and the ways to minimize them are proposed.

**Key words*:*** medical laboratory information system, LIS, business process of home-based medical sampling.

Одной из ключевых составляющих системы оказания медицинской помощи населению является клиническая лабораторная диагностика. Последние годы ознаменовались расширением лабораторных технологий и резким увеличением количества исследований, что предоставило возможность производить забор анализов у пациентов не только в пределах лаборатории или медицинских офисов, но и выезжая к клиентам на дом. Вследствие этого возникает необходимость совершенствования процесса сбора анализов за счет внедрения информационной системы, обеспечивающей учет заявок и проведенных исследований, контролирующей сроки доставки анализов.

Особенную актуальность данная тема приобретает во время периода пандемии коронавируса, когда возрастает потребность в минимизации личных контактов с пациентами, увеличивается спрос на услуги лабораторной диагностики и в разы возрастает объем заявок проведения исследований анализов, а сроки на их выполнение значительно уменьшаются. Услуга сдачи анализов на дому наибольшую полезность и ценность представляет для маломобильных групп населения, пожилых людей, женщин сидящих с детьми, а также занятых людей, имеющих загруженный график работы. Помимо этого, использование информационной системы медицинской лабораторией способствует возрастанию уровня качества медицинского обслуживания и сервиса предоставляемых лабораторных услуг, повышению устойчивости системы здравоохранения.

В настоящее время большинство клинических лабораторий предоставляют услугу по сдачи анализов на дому. В среднем забор материала для около 90 % всех проводимых видов тестов можно производить вне стен медицинских офисов лабораторий. Например, в Лаборатории KLD всего в общей сложности проводится 1452 анализа. Из них 1329 можно осуществить с выездом на дом. Ограничения по взятию биоматериала существуют для 8,5 % видов анализов [4].

За данный бизнес-процесс отвечает отдел Службы сбора и доставки анализов, который входит в лабораторный комплекс лаборатории. На основе исследования структур ряда существующих медицинских лабораторий (ИНВИТРО, Лаборатория KLD, Клиника WMT) нами была построена базовая модель организационной структуры [3, 4]. На Рисунке 1 представлена расширенная версия организационной структуры компании, занимающейся предоставлением услуг лабораторных исследований. Схема содержит декомпозицию отделов компании на департаменты и службы. Согласно ей Служба сбора и доставки анализов входит в состав лабораторного комплекса, который и занимается непосредственно забором биоматериалов и их исследованиями. Рассмотрим структурные связи Лабораторного комплекса более подробно. Медицинский директор отвечает в компании за работу лабораторного комплекса и развитие компетенций в области врачебных услуг. В его подчинении находится начальник лабораторного комплекса, который отвечает за работу нескольких специализированных лабораторий, а

также за Службу сбора и доставки анализов. Ему подчиняются заведующие Лабораторией общеклинических исследований и других специализированных лабораторий. Каждому из заведующих подчиняются сотрудники соответствующих лабораторий.

Сотрудниками Службы сбора и доставки являются медсестры, которые производят непосредственно забор биоматериала на дому у клиента, а также водители-курьеры, которые занимаются доставкой медсестер по необходимому адресу и транспортировкой проб с анализами.

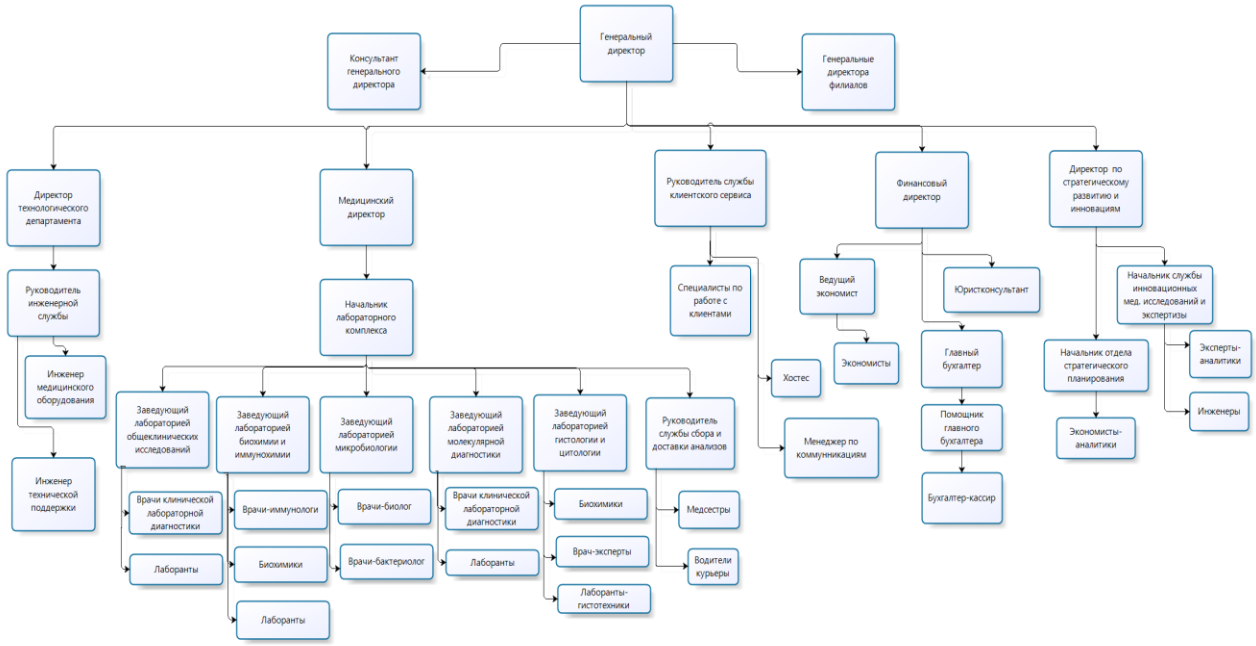



Рисунок 1 – Организационная структура лаборатории (декомпозиция отделов)

Представленная схема имеет разветвленную подробную структуру. Так как в нашем исследовании затрагиваются процессы работы таких отделов, как Служба сбора и доставки анализов и сами лаборатории исследований, то для удобства мы используем ее сокращенную версию (рис. 2).

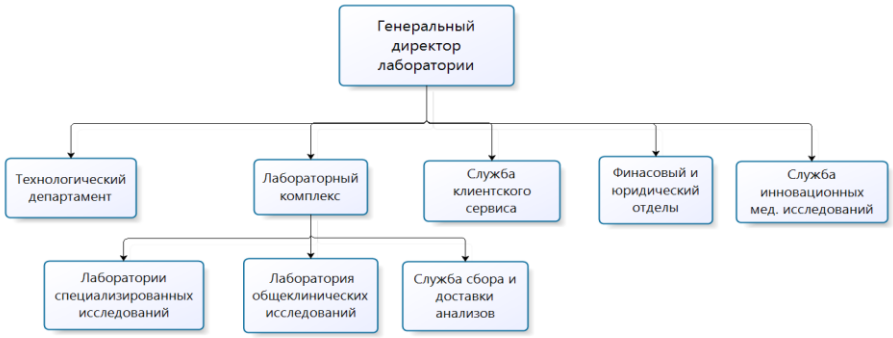



Рисунок 2 – Организационная структура лаборатории

Сотрудники лабораторного комплекса являются главными участниками основного бизнес-процесса «Проведение исследования медицинского анализа». В зависимости от потребности клиента он может осуществляться в двух вариантах: как в офисе лабораторного комплекса, куда клиент приезжает самостоятельно; так и на дому у пациента, когда медицинские работники выезжают по указанному адресу.

Рассмотрим бизнес-процесс «Проведение исследования медицинского анализа в лаборатории», представленный на рисунке 3.

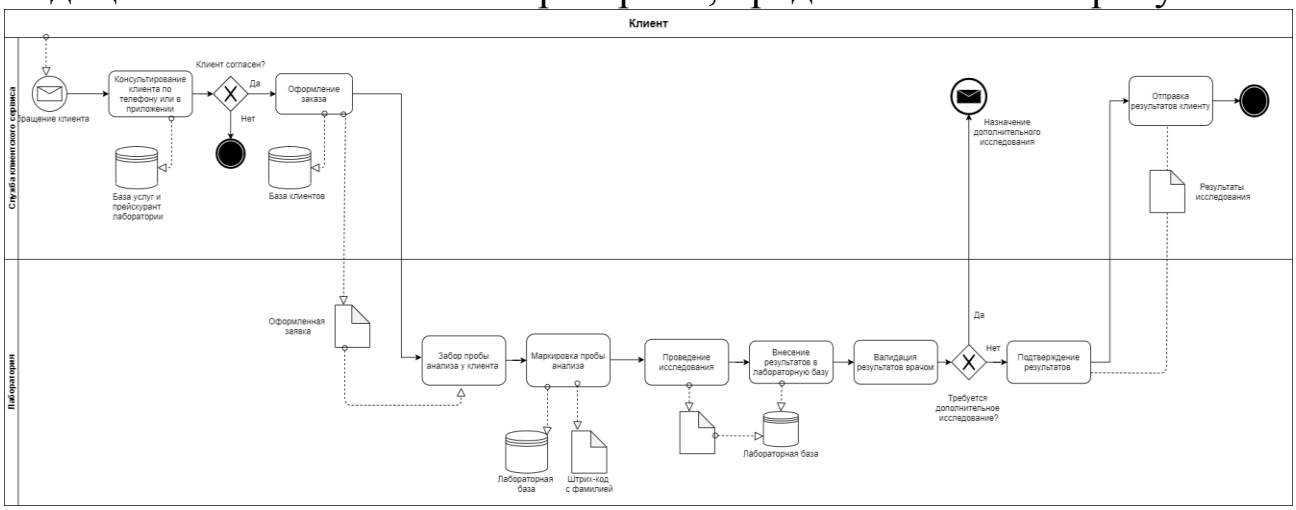



Рисунок 3 – Процесс «Проведение исследования медицинского анализа в лаборатории»

В службу клиентского сервиса лаборатории обращается клиент, который готов сдавать анализы в самом медицинском офисе. Сотрудники службы консультируют его о предоставляемых услугах, их стоимости и сроках проведения анализов. При этом идет взаимодействие с базой услуг и прейскурантом лаборатории. Если клиента все устраивает, происходит оформление заказа, в противном случае – клиент отказывается от услуг. При оформлении заказа сотрудник службы взаимодействует с базой клиентов, регистрирует нового, оформляет заказ. Далее сотрудник подготавливает клиента к анализу, например, объясняет запреты приема определенной пищи.

После чего клиент поступает в лабораторный комплекс, где уже специалисты производят забор пробы анализа. Проба регистрируется с помощью штрих кода, ей присваивается уникальный номер, который заносится в лабораторную базу. Затем пробы проходят этап преаналитической сортировки, далее происходит непосредственно исследование биоматериала. Результаты вносятся в лабораторную базу. Итоговый результат каждого анализа проходит валидацию у

врача, который подтверждает его или принимает решение о назначении дополнительного исследования. Результаты исследований пересылаются в службу клиентского сервиса, которая отправляет их клиенту. Пациент может их получить по телефону, электронной почте, в офисе.

Теперь рассмотрим бизнес-процесс «Проведение исследования проб анализов при выезде медсестры на дом» (рис. 4).

Процесс начинается с получения заявки; и взаимодействие службы клиентского сервиса с клиентом происходит аналогично с ранее рассмотренным процессом, помимо того, что общение ведется с помощью электронных средств связи, либо по телефону.

Далее оформленная заявка приходит в службу сбора и доставки анализов. Лабораторная информационная система на основании заказа определяет, какие пробирки, в каком количестве взять для проб биоматериала с целью обеспечения выполнения исследований.

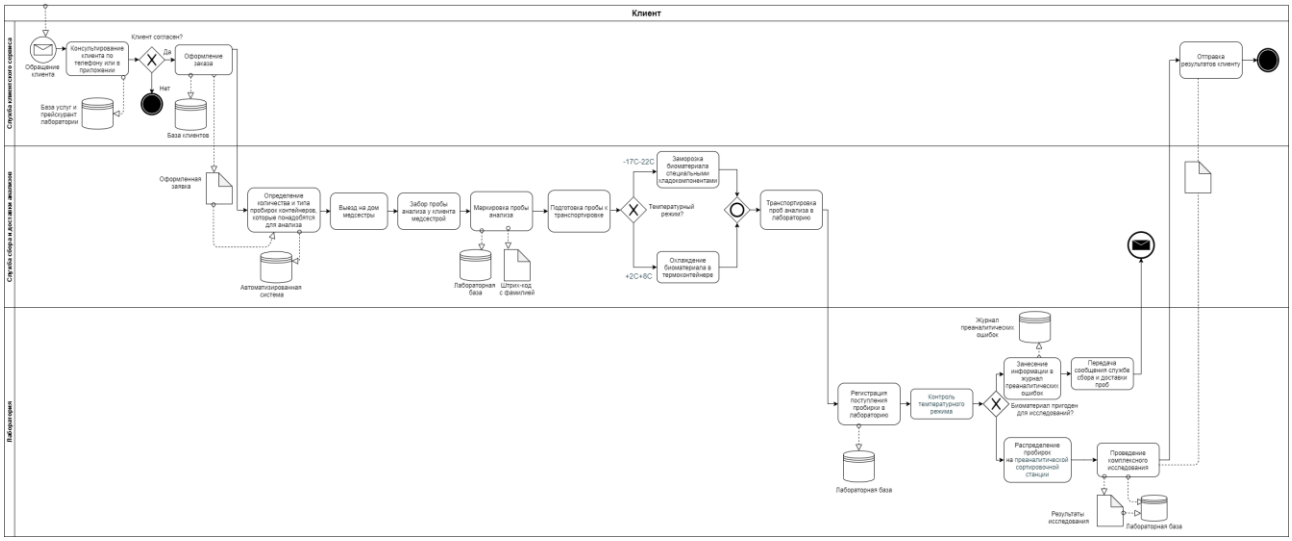



Рисунок 4 – Процесс «Проведение исследования проб анализов при выезде медсестры на дом»

После чего сотрудники выезжают по адресу, указанному клиентом, медсестра производит забор пробы биоматериала у клиента. Следующий шаг – подготовка пробы к транспортировке. Специальные термоконтейнеры используются для доставки биоматериала в лабораторию. Для сохранности материала во время транспортировки необходимо соблюдение температурного режима. На схеме представлены два варианта температурного режима: -17С-22С и +2С+8С. Для этого хладоэлементы предварительно замораживаются или же охлаждаются при соответствующей температуре.

Следующий шаг – транспортировка проб в лабораторию, где поступление регистрируется в лабораторной базе. Контроль соблюдения температурного режима обеспечивается при помощи «температурных часов», которые показывают, были ли отклонения от требуемой температуры во время доставки. В случае отклонений биоматериал становится непригодным для исследований, в журнале преаналитических ошибок это регистрируется. Если с пробами все в порядке, следующие этапы аналогичны этапам процесса «Проведения исследования медицинского анализа в лаборатории».

Организация процесса предоставления услуги забора анализов на дому может иметь некоторые преимущества и недостатки, как для самой лаборатории, так и для клиентов, а также связана с рядом различных рисков.

Преимущества забора анализов на дому:

● Экономия времени. Для людей с плотным графиком работы вызов специалиста на дом в удобные часы экономит их время.

● Удобство для маломобильных групп населения. У пожилых людей и инвалидов, которым также необходимы анализы, может не быть физической возможности выйти из дома.

● Уменьшение стресса для детей. В домашней привычной для детей обстановке сдавать анализы комфортнее.

● Безопасность для болеющих пациентов. Во время болезни возрастают риски заражения окружающих и получения осложнений из-за контакта с инфекциями в медучреждениях.

● Минимизация личных контактов с пациентами и эпидемиологическая безопасность во время периода пандемии коронавируса.

Для самих лабораторий в качестве преимущества услуги забора анализов на дому отметим увеличение охвата клиентов и количества заявок.

Недостатки забора анализов на дому:

– Повышенная стоимость вызова медсестры на дом. В некоторых частных клиниках данная процедура является более дорогостоящей услугой, в отличие от приема в самой клинике.

– Ограниченность анализов. Не все анализы можно сдать на дому, требуется специальное оборудование.

– Потребность в дополнительных инструментах (термоконтейнеры и хладоэлементы для охлаждения биоматериала).

– Потребность в транспортных средствах для своевременной доставки, затраты на их покупку и обслуживание.

– Необходимость расширения штата медицинского персонала, отвечающего за процесс забора биоматериала.

– Увеличение времени, затрачиваемого на обслуживание пациента.

– Увеличение количества этапов процесса проведения исследования лабораторного анализа.

Проведение забора анализа на дому связано с рядом следующих рисков:

1. Увеличение времени доставки, которое может произойти из-за некорректно построенной логистики доставки.
2. Сложность идентификации анализа в том случае, если неправильно наклеен штрих-код на пробирку или он некорректно занесен в систему.
3. Недостаточная квалификация медперсонала.
4. Нарушение температурного режима транспортировки биоматериалов.

На всех этапах рассмотренных бизнес-процессов участвует лабораторная информационная система. Лабораторная информационная система (ЛИС, LIS) – это программное обеспечение для автоматизации работы медицинской лаборатории. Примерами ЛИС, представленных на российском рынке, являются: LabForce, SafirLIS, ЛИС Altey Laboratory, Аналитикс, 1С:Медицина. Клиническая лаборатория, LABKA II, Промедичи.ЛИС, ЛИС qMS [5].

Анализ ряда научных источников [1, 2] позволяет выделить следующие цели применения ЛИС:

1. Ускорение выполнения исследований анализов различной направленности (бактериология, иммунология, гемостаз, биохимия, общеклинические исследования и др.).
2. Уменьшение срока ожидания результатов врачом и пациентом.
3. Минимизация количества ошибок из-за человеческого фактора и освобождение рабочих рук.
4. Снижение финансовых затрат.
5. Повышение производительности труда.
6. Упрощение взаимодействия лаборатории с отделами клиники.
7. Обеспечение соблюдения регламентов.

Таким образом, на основе рассмотренных нами особенностей бизнес-процессов проведения исследования медицинского анализа в лаборатории и с выездом медсестры на дом, и ранее выделенных рисков процесса забора анализов на дому сформируем следующие требования к лабораторной информационной системе, призванные минимизировать данные риски и оптимизировать исследуемый процесс:

1. Включение в ЛИС элемента транспортной логистики, позволяющего корректно построить оптимальный маршрут доставки пробы от клиента в лабораторию с целью сокращения времени доставки и транспортных расходов.
2. Ошибку идентификации анализа при неправильном присвоении штрих-кода пробирке можно устранить путем заблаговременной печати штрих-кода в лаборатории до выезда на дом к пациенту, что должно дополнительно регламентироваться в системе. В таком случае вероятность того, что медсестра перепутает пробирки после возвращения в лабораторию, становится ниже.
3. Риск недостаточной квалификации медперсонала может быть минимизирован формированием доступных инструкций и напоминаний, детально объясняющих алгоритм действий медработника на каждом этапе выполнения процесса забора анализов на дому.
4. Синхронизация с системой датчиков температурного режима, отслеживающих изменение температуры внутри термоконтейнеров в режиме реального времени. Если показатели температуры подходят к границам допустимых норм — система подает сигнал об этом.

## Литература

1. Дегтярева А. В. Особенности автоматизации работы в лаборатории с помощью лабораторной информационной системы (ЛИС) // Международный студенческий научный вестник. – 2017. – № 5. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.eduherald.ru/ru/article/view?id=17321 (дата обращения: 07. 03.2021)
2. Золотарев П. Н. Лабораторные информационные системы как самостоятельный класс сложных программных систем лабораторной медицины // Вестник медицинского института «Реавиз». – 2016. – № 1. [Электронный ресурс]. URL:

https://www.eduherald.ru/ru/article/view?id=17321 (дата обращения: 10.03.2021).

3. ИНВИТРО. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: https://www.invitro.ru/about/ (дата обращения: 05.03.2021).

4. Лаборатория KLD. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: https://krasnodar.kdldoma.ru/#hfTarget (дата обращения: 05.03.2021).

5. Лабораторные информационные системы. О медицине // Live Medical [Электронный ресурс]. – URL: https://www.livemedical.ru/tags/laboratornye_informacionnye_sistemy/ (дата обращения: 11.03.2021).

# Р а з д е л 3

# СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ И УГРОЗЫ: РОЛЬ СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

***Абдуллаев Р.А.,***
*студент 2 курса,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*Краснодар, Россия*
*e-mail: rustikab01@gmail.com*

***Научный руководитель:***
***Артюшкова А.Ю.,***
*к. п. н., доцент*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*Краснодар, Россия*
*e-mail: AYUPahomova@fa.ru*

## Жизнь бизнеса после пандемии (бизнес-тренды 2020-2021 гг.)

**Аннотация:** в статье содержатся эффективные способы поддержания бизнеса, а также направления для обеспечения благополучного развития бизнеса в период пандемии. Основной целью является – определение перспектив для бизнеса во время и после пандемии. Научная новизна заключается в определении новых тенденций бизнеса.

**Ключевые слова:** бизнес-тренды, коронавирусная инфекция, пандемия.

***Abdullayev R.A.,***
*student, 1st year,*
*Financial University under the Government of Russian Federation*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: rustikab01@gmail.com*

***Scientific Adviser:***
***Artyushkova A.Yu.,***
*candidate of pedagogical sciences, associate professor*
*Financial University under the Government of Russian Federation*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: AYUArtyushkova@fa.ru*

# Business life after a pandemic (business trends 2020-2021)

**Annotation:** the article contains effective ways to maintain business, as well as directions for ensuring the successful development of business during a pandemic. The main goal is to determine the prospects for business during and after the pandemic. Scientific novelty lies in the identification of new business trends.

**Key words:** business trends, coronavirus infection, pandemic.

Как известно главным сектором в экономике является бизнес, который в свою очередь влияет на темпы роста Валового Национального Продукта (ВНП). Именно поэтому многие экономически развитые государства стараются создать условия, которые бы помогали бизнесу развиваться. В 2020 году многие страны потерпели сокрушительный удар по экономике. Ни для кого не секрет, что виной этому стала пандемия коронавирусной инфекции.

В то время, когда в государстве ввели полный локдаун и людям можно было выходить из дома только в крайней необходимости, для некоторых компаний эта ситуация стала достаточно прибыльной. Это объясняется тем, что компании начали внедрять различные методы, чтобы их бизнес не потерпел крах. Так, например сейчас набирают большую популярность покупки в интернет-магазинах, бесконтактные доставки, развитие искусственного интеллекта, удаленные работа и обучение. Но не для каждой компании выглядит все оптимистично. Так, например, бизнес-гигант в сфере торговли, как «AMAZON» потерпел крупные убытки из-за COVID-19. Представители компании заявили о том, что потратили на дезинфекцию огромных складских помещений и закупку СИЗ для сотрудников более 4 млрд. долларов, а это больше четырехмесячной прибыли компании начала 2019 года. рассмотрим более подробно

некоторые инициативы компаний, благодаря которым бизнес оставался на плаву [3].

За время коронавируса объем продаж онлайн-ритейлеров вырос на 19,88%. Пандемия обеспечила огромный приток новых клиентов в интернет-магазины. Так, например на Wildberries, который лидирует по обороту среди онлайн-магазинов на российском рынке, за три месяца с марта было зарегистрировано примерно 6 млн. новых пользователей.

К ресторанному бизнесу COVID-19 оказался суровей, чем к ритейлу: в первую волну пандемии власть закрыла рестораны, но разрешила работать только на доставку или самовывоз. Но разрешенные меры торговли не смогли спасти все рестораны от банкротства. В результате этого ресторан «Борщberry», который располагался по улице Красной, не смог выдержать высокой конкуренции и сдал свои позиции, уступив место более прогрессивным ресторанным бизнесам.

Одним из самых объективных способов для профилактики COVID-19 – как можно меньше взаимодействовать и контактировать с людьми. Из этого вытекает масса вопросов: «Как заказать еду?», «Как купить новые вещи?» или «Как купить новую книгу?» без встречи и контакта с курьером. Таким способом начали пользоваться многие компании во время пандемии. А именно, что курьер оставлял заказ возле двери и звонил клиенту с целью подтвердить заказ, отходя на безопасное расстояние. В России данную услугу освоили многие компании, такие как Яндекс.Еда, Delivery Club, Ozon, Wildberries и другие онлайн-площадки. Бесконтактная доставка – это уже новый операционный процесс.

Так как в стране было тяжелое положение, при котором требовалось ограничение в тесном общении и контакте с людьми, практически все компании и учебные организации перешли на «удаленку». Коронавирус заставил людей в быстром темпе менять свой образ жизни. Благодаря «удаленке» люди смогли сохранить свое рабочее место, а студенты и школьники продолжить учебу. Конечно, каждый метод имеет, как негативную, так и положительную стороны. Удаленная работа и учеба дают возможность учиться и работать в том ритме, в котором человеку будет комфортно, прежде всего это защита от заражения, а также, это хорошая возможность сэкономить свои расходы на дорогу до работы или учебы. Из негативных

факторов – это сложности с самодисциплиной, факторы, которые всячески могут отвлекать, ограниченность в живом общении.

Все культурные учреждения имели финансовые потери, а тысячи артистов потеряли работу. Исходя из исследования ЮНЕСКО и Международного совета музеев, более 10% музеев могут так и не открыться после пандемии. На примере Большого театра можно увидеть, что их потери в размере 850 млн. рублей связаны с прекращением гастролей во время пандемии.

Не выходя из дома, коронавирус позволил прикоснуться к «прекрасному» благодаря цифровым площадкам, на которых стали проводить онлайн-экскурсии с применением технологий виртуальной реальности. В марте 2020 года Большой театр начал онлайн-трансляции спектаклей на официальном YouTube-канале. Первые шесть трансляций собрали около 3 млн пользователей из 134 стран [4].

Можно сказать, что каждая компания, организация или учреждение смогли выбрать для себя наиболее оптимальный вариант реализации своей деятельности, но наиболее эффективными оказались доставка еды, покупки в интернет-магазинах и «удаленка». Данные способы не только позволили оставаться бизнесу на плаву, но и привлекли новых потенциальных клиентов. Пандемия смогла показать все изъяны компаний и подготовила их к суровым ситуациям, которые их могут ожидать впереди.

Фирмам рекомендовано запускать проекты, направленные на высокоэффективную кооперацию. Под кооперацией, к примеру, могут выступать платформы, где любой сотрудник имеет возможность предложить решение по оптимизации бизнес-процессов [2]. Такая инициатива стимулирует готовность всей команды активно принимать участие в развитии фирмы. Расширение внешних связей с поставщиками и покупателями позволит получать важную информацию о состоянии рынка проворно и действенно. Это несомненно поможет фирмам поддержать друг друга в сложные времена. Разработка антикризисного плана и back-up стратегии фирмы, а также новых услуг и продуктов, формируемых под образующиеся необходимости рынка и покупателей, несомненно помогут закрепить позиции и получать заработок во время следующей волны пандемии [1].

Бесспорно, что впоследствии пандемии мир не станет таким, как прежде. Но фирмы, которые станут следить за современными

трендами и быстро под них приспосабливаться, смогут управлять обстановкой и совместно менять бизнес к лучшему.

## Литература


1. Управление изменениями (в коммерческой и публичной сферах) Константиниди Х.А., Папушенко М.В., Соболев Э.В., Берлин С.И., Артюшкова А.Ю., Воробьева М.А., Грибок Н.Н., Дивненко О.В., Жильцова О.Н., Зинченко Н.В., Мазунина М.В., Поздняков К.К., Родин Д.Я., Рубин А.Г., Селезнев П.С., Сорокожердьев В.В. Учебник / Под редакцией Х.А. Константиниди. Москва, 2021. Сер. Вузовский учебник.
2. Современные методические подходы к организации стратегического маркетингового анализа в сфере услуг // Горлачев П.В., Кунаковская И.А., Артюшкова А.Ю. В сборнике: Инновационные технологии управления. Сборник статей по материалам VI Всероссийской научно-практической конференции. Мининский университет. 2020. С. 143-146.
3. Сущность и особенности государственно - частного партнерства в культурной сфере креативных индустрий // Артюшкова А.Ю., Глушкова Ю.О. В сборнике: Экономическая безопасность и управление инновациями. сборник статей по итогам международной научно-практической конференции. Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А. Саратов, 2020. С. 217-221.
4. Маркетинг как концепция рыночного управления // Аветян Н.С., Артюшкова А.Ю. В сборнике: Экономика, финансы, проектное управление и социальная сфера России: императивы устойчивости. Материалы региональной научно-практической конференции студентов и молодых учёных. 2018. С. 120-126.

***Горячая Ю.Б.,***
*студент 3 курса*
*Финансовый университет*
*при Правительстве Российской Федерации*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: goryachaya.99@mail.com*

***Научный руководитель:***
***Мазунина М.В.,***
*канд. эк. наук, доцент*
*Финансовый университет*
*при Правительстве Российской Федерации*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: MVMazunina@fa.ru*

## Креативный подход к формированию названий современных явлений в бизнесе

**Аннотация:** в статье рассматриваются современные явления в бизнесе, такие как стратегия «Голубого океана», теория «Черного лебедя», стратегия «Фиолетовой коровы». Анализируются положительные аспекты применения данных явлений на практике.

**Ключевые слова:** стратегия, теория, «Голубой океан», «Черный лебедь», «Фиолетовая корова», рынок, бизнес, реклама, покупатели, категория, конкуренция, прибыль, успех.

***Goryachaya J.B.***
*3rd year student,*
*Financial University*
*under the Government of the Russian Federation*
*(Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: goryachaya.99@mail.com*

***Scientific Adviser:***
***M.V. Mazunina***
*Candidate of Science(Economics),*

*Associate Professor*
*Financial University under the Government*
*of the Russian Federation*
*(Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: MVMazunina@fa.ru*

# Creative approach to the formation of the names of modern phenomena in business

**Abstract:** the article considers the modern phenomena in business such as «Blue Ocean» strategy, «Black swan» theory, «The Purple Cow» strategy. There are analysed positive aspects of the application of these phenomena in practice.

**Key words:** strategy, theory, «Blue Ocean», «Black swan», «The Purple Cow», market, business, advertising, customers, category, competition, profits, success.

Have your ever heard about «Blue Ocean», «Black swan» and «Purple Cow» in business? We would like to present you three unusual and modern phenomena in business.

The «Blue Ocean» Strategy presents a marketing theory and the title of a book published in 2004 [3]. This book was written by W. Chan Kim and Renée Mauborgne. Authors claim that these strategic moves create a jump in value for the company. Customers and employees have a great amount of opportunities. Competition in such theory is unnecessary. The book presents analytical tools and systems to promote the ability of any organization. It means unexplored market areas.

The authors identify five main ideas of the book:

1) Competition should not be put at the forefront-customer orientation is at the heart of the strategy and the task is to increase the value of goods and services for customers;

2) The structure of the industry is not defined once and for all; it can be influenced – previously, when developing a strategy, it was believed that the structure of any industry was unchanged, and therefore the strategy was adjusted to it;

3) Strategic creativity can be used constantly – the authors' research shows that there is nothing mysterious in strategic creativity;

4) The implementation of the strategy can be embedded in the process of its creation – in most companies it is common to create and implement strategies;

5) Step-by-step model for creating a strategy – the authors distinguish between planning and creating a strategy and say that the question of the theory of building a strategy is not worked out in world practice [2].

Moreover, authors of «Blue Ocean» strategy pay attention to their readers towards progress of success stories across industries and the name of strategy that provide a stable foundation to create unusual success (strategy named as «blue ocean») [4].

The «red ocean» strategy is the usual business approach. The metaphors of «red oceans» and «blue oceans» give the description of the market space. «Red oceans» represent all the well-known market spaces. In the red oceans, industry limits are defined and accepted. Usually the competitive rules in such oceans are known. Here companies try to advance their competitors to take the best part of product or service demand. The market universe gets crowded, prospects for profits are decreased. Cutthroat competition turns the ocean bloody. «Blue oceans» show us the industries not in existence. In such situation demand is created rather than fought over. There is huge opportunity for growth. Here competition is irrelevant because the rules of the game are waiting to be define. «Blue ocean» is an analogy to describe the wider and deeper market resource. The sphere that is not yet explored.

The «Black Swan» theory is a metaphor which describes an event that comes as a surprise and often wrong rationalized. The term is based on an ancient saying that presumed black swans did not exist [5].

The theory was developed by Nassim Nicholas Taleb.

The phrase «The Black Swan» occurs from a Latin expression. When the phrase was conceived, the black swan was thought not to exist. The importance of the metaphor shows us the fragility of minds. Without a doubt, the practical aim of the book is not to attempt to predict events. The main idea is to build stability. Author contends that banks and firms are very vulnerable to harmful «Black Swan» events and are exposed to unpredictable situations. Nassim claims that the «Black Swan» event depends on the person who observe the system. You may have come across the five P's of marketing: product, pricing, promotion, packaging, positioning. According to author, Seth Godin, these rules aren't enough anymore in a modern marketing.

Seth introduces a new P. It means the «Purple Cow». He argues to be important in today's fast-paced and highly competitive business space. In his book the «Purple Cow» refers to service or a product that is different and remarkable. The book gives us the information and case studies to help how creating and spreading remarkable and bright ideas. People can have the instrumental difference in their business.

The essence of the Purple Cowis the reason it would remarkable among a crowd of competitors (even excellent cows). Something remarkable works better. Boring things becomes invisible. Seth Godin thinks that we are in the 'post-advertising' century where customers have become the pros in filtration. Sometimes consumers are looking for something special and just ignore the advertisements in front of them.

Seth Godin's book describes a huge amount of ways to raise the «Purple Cow» in the market space using strategies such as: thinking small and build huge, choosing your customers, launching competing products to your own which targets completely different markets, going above and beyond for loyal customers, understanding the edges and exploring them,try to do something 'impossible', finding unusual and new things, do things you don't do. Godin also notes that «remarkable» is not necessarily about changing. It can be a small mechanism that is functioning within an existing P [1].

In conclusion we would like to say that understanding the competitive behavior and category foundations of a brand might help to create a «Purple cow» solution, dive into the «Blue ocean», detect the «Black swan» which moves your brand to further growth and separates your clients from the rest of the category.

## Литература

1. В. Чан Ким; Рене Моборн. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков: [рус.]. — 7. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2017. — 336 с. — ISBN 978-5-00100-258-1.

2. «The Black Swan: The Impact of the Highly Improbable», The New York Times, by Nassim Nicholas Taleb, April 22, 2007 (англ.)

3. Сет Годин. Фиолетовая корова. Сделайте свой бизнес выдающимся! = Purple Cow. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011. — 176 с. — ISBN 978-5-91657-224-7.

4. Внутренние механизмы устойчивого развития социально-экономических систем. Мазунина М.В. Экономика и управление: проблемы, решения.2017. Т.5. №8. С. 26-30.

5. Маркетинговая деятельность в области персонала // Пахомова А.Ю. В книге: Тезисы докладов XXXIX научной конференции студентов и молодых ученых вузов южного федерального округа. тезисы докладов научной конференции. Краснодар, 2012. С. 85-86.

***Крылосова Д.Н.,***
*студент 1 курса*
*ФГОБУ ВО «Финансовый университет*
*при Правительстве Российской Федерации»*
*(Краснодарский филиал Финуниверситета)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: krilosovadaria2002@gmail.com*

***Научный руководитель:***
***Артюшкова А.А.,***
*Доцент, к. пед. н.*
*ФГОБУ ВО «Финансовый университет*
*при Правительстве Российской Федерации»*
*(Краснодарский филиал Финуниверситета)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: AYUArtyushkova@fa.ru*

## Требования к менеджерам XXI века

**Аннотация:** статья посвящена проблемам современного менеджмента, а именно требованиям, предъявляемых к современному менеджеру. Основываясь на различных подходах к этому вопросу: основное направление всех составляющих характеристик менеджера заключается в его умение быстро адаптироваться к изменениям в экономике. Конкурентоспособный менеджер не только должен обладать профессиональной компетентностью, юридическими, информационными знаниями, но лидерскими и предпринимательскими качествами, быть способным к постоянному личному развитию и способствовать развитию других.

**Ключевые слова:** менеджер, управленческая роль менеджера, команда, высшее звено, современная наука управления, лидер.

***Krylosova D.N.,***
*1st year student*
*FSOBU «Financial University under the Government Russian Federation»*
*(Krasnodar Branch of the University of Finance)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: krilosovadaria2002@gmail.com*

***Research Supervisor:***
***Artyushkova A.A.,***
*Candidate of Pedagogical Sciences,*
*Docent of «Management and Marketing»*
*FSOBU « Financial University under the Government Russian Federation»*
*(Krasnodar Branch of the University of Finance)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: AYUArtyushkova@fa.ru*

## Requirements for managers of the xxi century

**Abstract:** the article is devoted to the problems of modern management, namely, the requirements for a modern manager. Based on different approaches to this issue: the main direction of all the components of the characteristics of the manager is his ability to quickly adapt to changes in the economy. A competitive manager must not only possess professional competence, legal, information knowledge, but also have leadership and entrepreneurial qualities, be capable of continuous personal development, and contribute to the development of others.

**Key words:** manager, manager's managerial role, team, senior management, modern management science, leader.

В XXI веке способы и инструменты управления, необходимые для эффективного управления предприятием, отличаются от традиционных приемов управления организациями, которые действовали в XX столетии. Сегодня больше внимания уделяется проблемам, связанными с определением комплекса индивидуальных

и деловых качеств, знаний, навыков, умений, которым должен соответствовать менеджер. Тема научной статьи актуальна, так как в последнее время не только психология руководителей, но и стиль, методы управления претерпевают изменения, менеджеры переоценивают свое место и роль в системе менеджмента и устанавливаются новые требования для современных менеджеров.

В статье ставится цель - исследование современных требований к менеджерам в организации, а также рассмотрение современных подходов к роли менеджера на предприятии. В зависимости от цели можно поставить следующие задачи:

1. Рассмотрение современных подходов к роли менеджера в организации;
2. Выявление характерных черт менеджера XXI века и изучение требований на текущем этапе;

3 Рекомендации перечня требований к менеджерам XXI столетия на основе корпорации Google.

Все существующие подходы к описанию личности менеджера возникли вокруг трех направлений. Классическим подходом, основанным раннее других, представляется личностно-психологический. Он сформировался вокруг описания индивидуальных черт управляющего, или лидера.

При социально-психологическом подходе исследования сосредоточены на групповых и групповых процессах. Здесь возникает понимание профессиональных и управленческих ролей менеджера как свойства процессов, интегрированных в управленческую деятельность. Есть четыре профессиональных и управленческих роли: менеджер, организатор, администратор и руководитель.

В рамках психолого-организационного подхода основное внимание уделяется производительности и управленческой роли менеджера. В развивающейся компании каждая из четырех ролей: предприниматель, менеджер, инвестор и лидер, постепенно и постоянно становится актуален как некий комплекс ролей, обязательно встречающихся в бизнес-процессе [1].

В современном понимании менеджер - это руководитель или управляющий, который имеет право принимать решения по конкретным направлениям деятельности фирмы, работающей в рыночных условиях. А поскольку в XXI веке методы и инструменты управления, необходимые для эффективного управления бизнесом,

отличаются от традиционных приемов управления организациями, которые действовали в XX столетии, поменялись и требования к менеджерам, такие как способность управлять проектами и инновациями. HR-директора государственных и частных компаний должны управлять глобальной проектной деятельностью. {Коллективом авторов кафедры «Менеджмент и маркетинг» Краснодарского Финуниверситета был написан учебник «Управление проектами» [4]. Менеджеры средней руки и даже высшего звена во многих случаях задействованы сразу в нескольких проектах, поэтому от управленца требуется умение фокусироваться, делегировать полномочия подчинённым, сопровождать и завершать начатое.

Более того, XXI столетие – век команд. Сегодня корпоративный мир не останавливается и переходит от традиционных команд со стабильным составом и постоянными ролями к динамичным, состав которых меняется в соответствии с новыми задачами. Также наиболее востребованные навыки для менеджеров - это гибкость мышления и нацеленность на результат.

Менеджер нового поколения должен уметь вдохновлять, считывать внешнюю среду и эмоциональное состояние своих подопечных. Стандартные методы воздействия на руководство постепенно теряют актуальность.

В XXI работодатели еще более требовательны к менеджерам высшего звена. От них ожидают способности показать первый результат в кратчайшие сроки. В настоящее время сокращен срок пребывания на высших руководящих должностях. Согласно исследованиям, в российских компаниях директора по персоналу занимают должности в среднем 4 года.

Также приветствуются горизонтальные переходы в карьере. Кросс-функциональные переходы, например, от маркетинга к производству, готовность перейти от одного вида деятельности к другому уже не воспринимаются как легкомыслие специалиста. Сегодня это знак того, что руководитель умеет переходить к новым задачам, быстро адаптируется к любым изменениям внешней среды. И это серьезное конкурентное преимущество на рынке труда. Особенно приветствуются эксперименты с развивающимися отраслями. Частыми становятся случаи кардинальных изменений в деятельности: менеджеры становятся коучами, консультантами, переходят на фриланс, запускают собственные проекты [2].

XXI век не терпит консерваторов. Работодатели никогда не простят менеджеру линейного мышления, бюрократических наклонностей и пессимизма.

Наконец, перейдем к списку требований к современным менеджерам в компании, известной как Google. С 2008 года она запустила программу Project Oxygen - поиск идеальных лидеров с использованием данных с корпорации. Итоги изучения легли в базу программ обучения менеджеров.

В 2018 году эффективность управления оценивалась на основе внутренних оценок и отзывов сотрудников. Они провели масштабный опрос работников и выяснили, какие требования предъявляются к сильному руководителю. Это самые ценные качества лидера в порядке важности. Для начала, сотрудники отметили, что они ценят менеджера, который готов делиться с ними знаниями и уделяет этому время, и не только тогда, когда их помощь необходима для решения проблем, но постоянно поддерживать общение с подопечными.

Во-вторых, Google обнаружил, что лучше всего отказаться от микроменеджмента, а это означает, что менеджеры должны поддерживать баланс свободы и инициативы в собственных командах, демонстрируя свое доверие к сотрудникам. Люди также отметили, что они не хотят работать на ленивого лидера. Ведь за таким лидером гонятся такие же сотрудники. Любой желает быть частью продуктивной и успешной команды, но это непросто, если лидер не задает темп работы. Также обнаружили, что отличный менеджер помогает сотрудникам улучшить свои навыки, беспокоиться и заботится об их карьерном росте и дает честные отзывы об их работе (Performance Review) [3].

Также важно, чтобы сотрудники Google постоянно взаимодействовали с другими командами - от этого зависит скорость решения общих проблем, задач и качество работы. Следовательно, первоклассный менеджер должен уметь выстраивать коммуникации для кросс-функциональных проектов и слаженную командную работу.

Следующий момент довольно важен: умение менеджера разработать стратегию развития продукта и команды. Доведение конечного результата работы до команды, представление целей компании - одна из основных задач менеджера. Сотрудники хотят понять для чего выполняются задачи, к чему она приведет и как будет воздействовать на их работу в глобальном масштабе.

И последнее - принятие важных решений. Менеджер также должен уметь обсуждать проблему в команде и выслушивать предложения коллег, но как ответственный руководитель должен принять решение и взять на себя обязанности по выполнению задачи или решению проблем. Следовательно, современным руководителям необходимо обладать знаниями и навыками, позволяющими им работать и выполнять свои функции в самых сложных условиях, когда:

- время все больше становится решающим фактором успеха;
- входящая информация может быть недостоверной и неполной
- принимаемые решения должны соответствовать требованиям ситуации, в которой оказался менеджер или его команда;
- сама ситуация характеризуется неопределенностью, быстрой сменой направления;
- персонал организации может быть подготовлен к изменениям [5].

Учитывая основные характеристики менеджера как профессионального менеджера, следует отметить, что в современных условиях наиболее востребованными будут менеджеры с гибким мышлением, способные управлять проектами, обладающие знаниями цифровых технологий и в то же время способен быстро адаптироваться к новым условиям.

## Литература


1. Акмаева Р.И. «Новые требования к менеджерам 21 века» [Электронный ресурс] - https://cyberleninka.ru/article/n/novye-trebovaniya-k-menedzheram-21-veka/viewer - 2017. - С.13-14.
2. «Теория и практика менеджмента трансформируются перед лицом новых вызовов - и России нужно подтягиваться» // Адизес И. Harvard Busines Review - Россия. - Январь-февраль 2017. - С. 6-10.
3. Современные методические подходы к организации стратегического маркетингового анализа в сфере услуг // Горлачев П.В., Кунаковская И.А., Артюшкова А.Ю. В сборнике: Инновационные технологии управления. Сборник статей по материалам VI Всероссийской научно-практической конференции. Мининский университет. 2020. С. 143-146.
4. Управление изменениями (в коммерческой и публичной сферах) Константиниди Х.А., Папушенко М.В., Соболев Э.В., Берлин С.И., Артюшкова А.Ю., Воробьева М.А., Грибок Н.Н., Дивненко

О.В., Жильцова О.Н., Зинченко Н.В., Мазунина М.В., Поздняков К.К., Родин Д.Я., Рубин А.Г., Селезнев П.С., Сорокожердьев В.В. Учебник / Под редакцией Х.А. Константиниди. Москва, 2021. сер. вузовский учебник.

5. «Project Oxygen: 8 ways Google resuscitated management» [Электронный ресурс] - https://www.impraise.com/blog/project-oxygen-8-ways-google-resuscitated-management - 2020.02.11.

***Люлькова Д.В.,***
*студент 1 курса*
*ФГОБУ ВО «Финансовый университет*
*при Правительстве Российской Федерации»*
*(Краснодарский филиал Финуниверситета)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: darialyulkova@mail.ru*

***Научный руководитель:***
***Артюшкова А.А.,***
*Доцент, к. пед. н.*
*ФГОБУ ВО «Финансовый университет*
*при Правительстве Российской Федерации»*
*(Краснодарский филиал Финуниверситета)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: AYUArtyushkova@fa.ru*

## Кросс-маркетинг во время пандемии

**Аннотация:** в статье рассмотрена концепция кросс-маркетинга в развитии организаций, приведена оценка актуальности использования данного метода продвижения во время пандемии, а также разработана стратегия внедрения концепции совместного маркетинга в деятельность современной организации.

**Ключевые слова:** кросс-маркетинг, пандемия, стратегия продвижения, кризис

***Lyulkova D.V.,***
*1st year student*
*FSOBU «Financial University under the Government Russian Federation»*

*(Krasnodar Branch of the University of Finance)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: darialyulkova@mail.ru*

***Research Supervisor:***
***Artyushkova A.A.,***
*Candidate of Pedagogical Sciences,*
*Docent of «Management and Marketing»*
*FSOBU « Financial University under the Government Russian Federation»*
*(Krasnodar Branch of the University of Finance)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: AYUArtyushkova@fa.ru*

## Cross-marketing during the pandemic

**Abstract:** the article considers the concept of cross-marketing in the development of organizations, assesses the relevance of using this method of promotion during the pandemic, and also develops a strategy for implementing the concept of joint marketing in the activities of a modern organization.

**Key words:** cross-marketing, pandemic, promotion strategy, crisis.

В условиях современной рыночной конкуренции производителям приходится искать наиболее выгодные способы производства товаров и их дальнейшее продвижение. Конечной целью организации является получение максимально возможной прибыли, именно поэтому современные маркетологи разрабатывают новые концепции в продвижении.

Цель данной работы заключается в исследовании актуальности использования кросс-маркетинговой стратегии в продвижении организации во время пандемии.

В ходе написания статьи поставлены следующие задачи:

1. Рассмотреть концепцию кросс-маркетинга в развитии организации;
2. Привести оценку актуальности использования приведенного метода продвижения во время пандемии;
3. Разработать план внедрения ко-маркетинговой стратегии для организации.

Согласно данным информационного агентства «РосБизнесКонсалтинг» пандемия 2020 затронула до 67% малых, средних и крупных предприятий, а также ИП в России. Актуальность данной темы во время пандемии обусловлена снижением доходов населения и как следствие необходимостью организаций внедрения более выгодных потребительских предложений для сохранения прежнего уровня прибыли [1].

Кросс-маркетинг представляет собой совместную взаимовыгодную деятельность (продвижение или продажу), осуществляемую несколькими коммерческими организациями. В более узком смысле он рассматривается как связь между двумя (или более) бизнес-структурами, которые совместно реализуют собственные товары и услуги на рынке [4].

Западные маркетологи под кросс-маркетингом понимают процесс, когда клиенту предлагается продукт или услуга после покупки другого товара или услуги. Другими словами, кросс-маркетинг подразумевает создание компанией дополнительных условий для того, чтобы во время процесса либо после него сориентировать покупателя на приобретение сопутствующего продукта компании-партнера.

В современном мире представленный способ совместного продвижения широко применяется организациями. Например, «Теле2» и «Cofix», «Газпромнефть» и «FIT Service», «BelcaCar» и «Музей Москвы», «Fixprice» и «Sunlight», «Эльдорадо» и «Триколор ТВ Full HD» и многие другие. Для клиентов компаний экосистемы предусмотрены специальные бонусы или льготы.

При проведении кросс-маркетинговой кампании два (или более) бренда рассчитывают на рост объема продаж собственных товаров и услуг, не создавая при этом общего продукта. Данный подход обладает рядом преимуществ:

1. Снижение рекламных расходов. Во многих случаях затраты на такой способ совместного продвижения остаются минимальными или равными нулю;
2. Возможность оптимизации усилия сразу нескольких маркетинговых команд;
3. Увеличение объема продаж продукции каждой фирмы в экосистеме;

4. Разработка уникального торгового предложения, которое позволит создать более выгодные условия для клиентов при решении его проблемы;

5. Возможность повышения узнаваемости брендов экосистемы за короткий срок.

Особенно выгодно для организации внедрения ко-маркетинговой стратегии во время кризисных ситуаций, таких как пандемия 2020 года, поскольку проведения данной кампании имеет затраты на порядок ниже, чем проведения стандартной маркетинговой акции. Также выгоду от данного способа продвижения организации получает и потребитель, поскольку он может наиболее выгодно удовлетворить свои потребности в товарах и услугах благодаря перекрестным акциям организаций, проводящих кросс- маркетинговую кампанию.

Для внедрения стратегии ко-маркетинга, в первую очередь, необходимо определить цели кампании. Некоторые организации используют подход совместного продвижения для увеличения конечной прибыли, объема продаж, другие стремятся повысить узнаваемость бренда [2]. Стратегия перекрестного продвижения будет различаться при различии изначальных целей.

После определения исходной цели, необходимо найти подходящего партнера исходя из некоторых условий:

1. Схожесть целевой аудитории у организаций. Эффективность кросс-маркетинговой кампании во многом зависит от схожести аудитории двух организаций: у них должны совпадать демографические, психологические, экономические и социальные параметры.

2. Отсутствие прямой конкуренции между продукциями организаций-партнеров. Товары и услуги не должны составлять друг другу конкуренцию, они должны быть взаимодополняемыми.

3. Схожесть конечных целей проведения кросс-маркетинговой акции.

На следующем этапе партнерам необходимо определить общий план кросс-маркетинговой стратегии, обозначить сроки и условия. Данный пункт подразумевает схожесть первоначальных целей организаций-партнеров, присчитывание рекламного бюджета, вероятных издержек, а также документальная фиксация условий сотрудничества [3].

Далее происходит проведение самой рекламной кампании, в ходе которой необходимо фиксировать все промежуточные итоги для дальнейшего подсчета эффективности от сотрудничества.

Во время проведения кросс-маркетинговой акции необходимо выполнить промежуточный контроль, который сосредоточен на соблюдении паритетных отношений между партнерами. Для этого может быть использован метод тайного покупателя, позволяющий узнать, насколько ответственно сотрудники организации-партнера подходят к выполнению условий кросс-маркетинговой акции.

В качестве финального этапа организациям следует провести заключительный контроль, проанализировать отдачу от кросс-маркетинговой кампании. После проведения взаимного продвижения необходимо оценить, насколько ожидания от такого вида сотрудничества совпали с реальностью. Для более детального подсчета эффективности кампании некоторые организации используют специальные промо-коды. Но также стоит добавить, что эффект от акции может быть заметен не сразу, например, покупатель узнает о компании-партнере и спустя длительное время при возникновении соответствующей потребности обратиться именно к нему [5].

Таким образом, концепция кросс-маркетинга в современных рыночных условиях является действенным механизмом, который позволяет компаниям продвигать свою собственную продукцию и повышать узнаваемость бренда, используя при этом минимальные бюджеты. В статье рассмотрена концепция кросс- маркетинга, приведена оценка его актуальности в период пандемии, а также приведен план внедрения кросс-маркетинговой стратегии в рекламную деятельность организации

## Литература

1. Организация кросс-маркетингового проекта [Электронный ресурс] https://aco-m.ru/blog/materialy/cross-marketing_proekt/ (дата обращения 30.01.2019)

2. Перспективы аутстаффинга персонала в России Воргунова В.Р., Артюшкова А.Ю. В сборнике: Стратегия опережающего развития. Сборник статей VI Международной школы молодых ученых в сфере экономики на Юге России. 2019. С. 7-9.

3. Кросс-промо: объединяя лучшее [Электронный ресурс] https://aco-m.ru/blog/materialy/cross-promo/ (дата обращения 11.12.2018)
4. «Креативный маркетинг» Евгений Иванович Самбулов (Россия) 42 С.
5. Кросс- маркетинг: 5 примеров и 8 ошибок [Электронный ресурс] https://sales-generator.ru/blog/kross-marketing/#8 (дата обращения 03. 06. 2020)

**УДК 379.85**

***Мягкова Д.А.,***
*студент 3 курса*
*Финансовый университет*
*при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: dianamyagkova1107@yandex.ru*

***Научный руководитель:***
***Мазунина М.В.,***
*доцент, к.э.н.*
*Финансовый университет*
*при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: mvmazunina@fa.ru*

## Возможные пути выхода из кризисной ситуации для организаций туристического сектора

**Аннотация:** в статье оценены меры государственной поддержки для организаций туристической отрасли, оценены потери туристического бизнеса после закрытия границ в 2020 году, а также предложены пути по развитию туризма в России после пандемии COVID-19.

**Ключевые слова:** туризм, малый бизнес, средний бизнес, туристические компании, государственная поддержка, кризис, пандемия.

***Myagkova D.A.,***
*student, 3rd year*
*Financial University under the Government of Russian Federation*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: dianamyagkova1107@yandex.ru*

***Scientific Adviser:***
***Mazunina M.V.,***
*Docent*
*Financial University under the Government of Russian Federation*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: mvmazunina@fa.ru*

# Possible ways out of the crisis situation for organizations in the tourism sector

**Annotation:** the article evaluates the measures of state support for organizations of the tourism industry, estimates the losses of the tourism business after the closure of the borders in 2020, and also suggests ways to develop tourism in Russia after the COVID-19 pandemic.

**Key words:** tourism, small business, medium business, travel companies, government support, crisis, pandemic.

Актуальность темы статьи обусловлена тем, что 11 марта 2020 года Всемирная Организация Здравоохранения объявила, что вспышка COVID-19 приобрела характер пандемии, в связи с этим во многих странах, в том числе и в России, было приостановлено авиасообщение и введен запрет на бронирование номеров в гостиницах. Данная ситуация вызвала мировой кризис, в частности, в сфере туристического бизнеса.

Изменение финансового баланса на любом этапе экономического развития организации определяется реакцией на изменение внешних и внутренних условий ее хозяйственной деятельности. Ряд этих условий укрепляет конкурентные позиции организации. Другие, наоборот, вызывают кризисные явления в его финансовом развитии.

По словам президента Всемирного экономического форума Булута Багчи, глобальные экономические потери в туристическом секторе из-за вспышки COVID-19 составляют 600 миллионов

долларов, а к концу 2020 года они могут достичь триллиона долларов. Учитывая скорость распространения вируса и его влияние на туризм, 50 миллионов человек могут потерять работу в этой сфере, такие цифры были представлены Всемирным советом по туризму и путешествиям. Туристический сектор генерирует около 1,7 триллиона долларов в год, сейчас промышленность упала на 70%, и этот спад продолжается. Ассоциация туроператоров России (АТОР) считает, что потери туркомпаний могут стать сильнейшим ударом по туристическому бизнесу за последние 20 лет.

По данным Российского союза туриндустрии потери в туристической отрасли в 2020 оцениваются в 1,5 трлн рублей.

По экспертной оценке, гендиректора туроператора TUI Россия Тарас Демура 20% турагентств в России не открылись после карантина, который вводился в рамках борьбы с распространением коронавирусной инфекции COVID-19, а к концу 2020 года с рынка ушло, по его мнению, около 30% туристических компаний. По его словам, у многих агентств возникли кассовые разрывы, которые нужно закрывать [3].

Федеральное агентство по туризму объявило о мерах поддержки туристической отрасли. В число этих мер входило возмещение расходов на вывоз туристов авиакомпаниям; продление лицензий; беспроцентные кредиты на зарплату; мораторий на банкротство; налоговые каникулы; перенос сроков по налогам и сборам, кредитам; арендные каникулы; субсидия 12 130 рублей субъектам МСБ; отмена налогов за II квартал.

Выше перечислены одни из основных мер по поддержке предприятий туристской отрасли субъектов малого и среднего предпринимательства.

Крупнейшее турагентство Travelata считает, что принятых мер недостаточно. На практике для получения помощи существует множество критериев, требований, соответствовать которым могут немногие компании. Самым эффективным решением на данный момент может стать поправка, отражающая возможность для туроператоров переносить даты несостоявшихся туров, а также расширение прямых вливаний ликвидности в отрасль через субсидии определенных категорий затрат. Начальник клиентского отдела онлайн-сервиса Travelata.ru считает, что в пакетных турах это может быть субсидирование возвратов по оплаченным турам через дополнительное инвестирование фонда персональной

ответственности, но с более широкими условиями по сравнению с теми, которые были реализованы в апреле по распоряжению Правительства РФ от 4 апреля 2020 г. № 898-р по турам с 31 марта по 1 июня.

В сложившейся кризисной ситуации компаниям в туристической отрасли следует обратить внимание на развитие онлайн-продуктов и цифровой маркетинг – в частности, использовать весь потенциал социальных сетей. Цифровой маркетинг – это эффективный способ достичь внимание потребителя в том числе в силу того, что публикации в интернете в основном вовлекают пользователей и не выглядят как реклама [2]. Продвижение становится незаметным. Вместо явных рекламных публикаций бренды выстраивают отношения с потенциальными клиентами, буквально влюбляя пользователей в бренд. Дарить эмоции и выстраивать отношения с потенциальными туристами очень удобно через социальные сети. Кроме того, преимущество цифрового маркетинга в том, что целевая аудитория для рекламы выбирается по строго заданным критериям и имеется возможность достичь требуемые рынки по всему миру без больших затрат.

Государство должно финансировать программы для дистанционного образования и профессионального обучения, поддерживать инновационные стартапы [1]. Такие стартапы могут включать механизмы для более эффективного потребления природных ресурсов. Одним из таких стартапов является HowMuchTravel — бот для планирования бюджета поездки. Его суть заключается не только в просчете предполагаемого бюджета поездки, но и в предоставлении кэшбека с бронирований. Еще один инновационный стартап, требующий поддержки, globe4all.net — сервис, который позволяет туристам с инвалидностью бронировать экскурсии, туры и трансфер.

В стратегические планы туристических организаций в обязательном порядке должно входить создание кризисного менеджмента и разработка стратегии – в том числе по взаимодействию со СМИ, а также разработка кризисных сценариев, которые будут опираться на текущие условия и динамику процессов.

Правительству следует создавать комитеты по восстановлению туризма с участием представителей отрасли и государства. В него могут войти представители авиа и других транспортных компаний, рестораторы, владельцы гостиничного и торгового бизнеса,

представители МИД и других государственных структур. Государству нужно всячески стимулировать прямые инвестиции из-за рубежа на развитие транспортной и отельной инфраструктуры, природных и культурных достопримечательностей. Это повысит конкурентоспособность туристического сектора [5].

Основной мерой по выходу из кризиса является продвижение внутреннего туризма, поскольку данный вид туризма будет первым доступным видом деятельности после снятия ограничений. Инструментами такого продвижения должны быть конкурентоспособные цены, спецпредложения, маркетинговое продвижение, путевки от работодателей [4].

Комплекс мер по развитию туристической отрасли после пандемии COVID-19 следует осуществлять по следующим направлениям:

1. Визовая политика. Необходимо произвести отмену виз для граждан развитых стран и исключить «принципа взаимности», однако для определенного перечня стран целесообразно отменить визы в одностороннем порядке, например, Австралия, Австрия, Бельгия, Болгария, Германия, Дания, Испания, Канада, Норвегия, Польша, Словакия, США, Франция, Швеция и т. д.

2. Гостиничный бизнес. Следует повысить качество сервиса гостиничных услуг, усилить конкуренцию и максимально дерегулировать отрасль, а также ввести трехлетние налоговые каникулы для вновь открываемых предприятий гостиничного бизнеса со штатом менее 20 человек, ИП и физлиц, получающих доходы от краткосрочной сдачи жилых помещений в аренду, а предприятия гостиничного бизнеса и ИП, ведущих деятельность по краткосрочной аренде жилых помещений с оборотом менее 1 млн руб. в год – освободить от всех налогов, кроме НДФЛ и страховых взносов).

3. Транспортная инфраструктура. Необходимо ввести режим «открытого неба» для всех региональных аэропортов с пассажиропотоком менее 5 млн человек в год, а впоследствии – для всех аэропортов страны, а также обеспечить транспортную доступность природных туристических объектов. К примеру, если рассматривать такие направления, как Байкал, Алтай или Камчатка, то групповых туров туда почти нет. Более того, стоимость билета на самолет выше, чем перелет в Европу.

4. Национальная идентичность. Например, введение моратория на снос жилых зданий ранее 1940 года постройки вне зависимости от

наличия у него статуса объекта архитектурного наследия, установление дизайн-кодов в крупных населенных пунктах, минимизацию барьеров по благоустройству придомовых территорий местными жителями и арендаторами.

5. Общественное питание. Необходимо провести инвентаризацию всех действующих и обязательных для бизнеса требований с целью понять — соответствуют ли они современным реалиям, а также дублировать меню на английском языке и предоставление персоналу возможности прохождения базовых курсов владения английским языком на безвозмездной основе.

Таким образом, правительство решило ввести ряд мер поддержки, в основном для малого и среднего бизнеса, которых оказалось недостаточно для выхода из кризиса. Необходимо развивать внутренний туризм, финансировать инновационный стартапы и различные программы для дистанционного образования и профессионального обучения, внедрять инструменты цифрового маркетинга, создавать в организациях кризисный менеджмент.

Кризис в туристической отрасли, вызванный вспышкой COVID-19, можно рассматривать как возможность для трансформации. Поскольку антикризисные мероприятия как со стороны государств, так со стороны самих туристических компаний, могут способствовать переходу к циркулярной экономике или экономике замкнутого цикла, когда будут скоординированы действия всех участников рынка (производителей, дистрибьюторов, потребителей и других). Это сделает функционирование туристической отрасли более эффективным, а ее саму – более устойчивой.

## Литература

1. Управление государственными и муниципальными финансами: учебник / Берлин С.И., Кравченко Н.П. // Издательство Кубанского государственного университета, 2018. – 456 с

2. Исследование особенностей конкуренции на рынке трудовых ресурсов Краснодарского Края // Зинченко Н.В., Лобанова В.В. Экономика и предпринимательство. 2013 (31). - С. 296-301.

3. Повышение инвестиционной привлекательности региона на основе процессного метода. Мазунина М.В. Экономика и управление: проблемы, решения. 2016. Т. 2. № 8. С. 299-301.

4. Проблемы и перспективы развития внутреннего и въездного международного туризма в Краснодарском крае // Пахомова А.Ю.

Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. 2012. № 1. С. 225-227.

5. Функции туроператорской и тур агентской деятельности // Нелюбова Л.С., Пахомова А.Ю. В книге: Тезисы докладов XXXVII научной конференции студентов и молодых ученых вузов южного федерального округа. 2010. С. 116.

***Сабельникова А.А.,***
*студентка 2 курса,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*Краснодар, Россия*
*e-mail: sabelnik0va@yandex.ru*

***Научный руководитель:***
***Сорокожердьев В.В.,***
*к. э. н., доцент*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*Краснодар, Россия*
*e-mail: sorich@mail.ru*

## Корпоративная социальная ответственность в современном бизнесе

**Аннотация:** в статье содержится актуальная информация о социальной корпоративной ответственности, а также приводятся конкретные примеры компаний, соблюдающих принципы социальной ответственности бизнеса. Основная цель - доказать важность внедрения принципов корпоративной социальной ответственности в структуру компаний. Научная новизна заключается в определении современных принципов корпоративной социальной ответственности.

**Ключевые слова:** социальная корпоративная ответственность, принципы современных бизнесов, репутация фирмы.

***Sabel`nikova A.A.,***
*student, 2nd year,*
*Financial University under the Government of Russian Federation*
*Krasnodar, Russia*

*e-mail: sabelnik0va@yandex.ru*

***Scientific Adviser:***
***Sorokozherd`ev V.V.,***
*candidate of economical sciences, associate professor*
*Financial University under the Government of Russian Federation*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: sorich@mail.ru*

# Corporate social responsibility in modern business

**Annotation:** the article contains up-to-date information on corporate social responsibility, as well as specific examples of companies that comply with the principles of business social responsibility. The main goal is to prove the importance of implementing the principles of corporate social responsibility in the structure of companies. The scientific novelty lies in the definition of modern principles of corporate social responsibility.

**Key words:** social corporate responsibility, the principles of modern business, the reputation of the company.

В наше время каждый день появляются новые бизнесы, и процесс их развития будет напрямую зависеть от того, насколько вовремя и корректно они смогут усвоить принципы корпоративной социальной ответственности. Лишь при правильном восприятии данных принципов им удастся стать локомотивом положительных изменений во всех социально значимых сферах и обеспечить подобающую трудовую обстановку для сотрудников. Бизнес должен не только приносить прибыль и быть прозрачным, но и нести социальную ответственность.

Хоть явление корпоративной социальной ответственности на сегодняшний день крайне актуально, дать точное определение этому термину достаточно нелегко. В узком смысле под социальной ответственностью бизнеса подразумевается выплата заработной платы без задержек, уплата налогов, соблюдение законов, моральных и этических норм.

В широком смысле корпоративная социальная ответственность представляет собой добровольный вклад организации в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах,

напрямую связанный с основной деятельностью организации и осуществляемый преимущественно дополнительно по отношению к требованиям законодательства [1]. Корпоративная социальная ответственность существует на нескольких уровнях:

1. Микроуровень: ответственность перед сотрудниками, партнерами, потребителями и акционерами;
2. Мезоуровень: ответственность перед местными сообществами;
3. Макроуровень: ответственность перед государством;
4. Мегауровень: ответственность перед мировым сообществом [5].

Реализация следующих принципов КСО, достижима лишь при системном подходе к управлению бизнесом [7]: комплексность, социальность, открытость, инновационность, подотчетность перед обществом. Компании, следующие данным принципам, переживают немалые сложности: во-первых, внедрение этих принципов требует больших усилий и много времени и отвлекает от решения текущих основных проблем; во-вторых, практика показывает, что внедрение корпоративной социальной ответственности не может сразу дать четкий результат: для его достижения может потребоваться не менее пяти лет.

Социальная ответственность со стороны бизнеса выражается в следующих формах:

1. Производство качественной продукции.

Нередко причиной потери бизнеса становятся товары и услуги неудовлетворительного качества. Недостаточное внимание к качеству может испортить репутацию компании и уменьшить ее долю на рынке. Одним из ярких примеров брендов, выпускающих бесспорно качественную продукцию, является Columbia. Данная фирма даже не нуждается в рекламе – более чем за 80 лет, проведенных на рынке, компанию стали называть легендарной: одежда и обувь защищают от холода и влаги даже в экстремальных условиях. Columbia использует особые технологии при производстве, благодаря чему качество выделяется среди конкурентов.

2. Щадящее отношение к природным ресурсам и рациональное их использование.

Вопрос осознанного потребления в последние годы стал настоящим полезным трендом. Ресурсы планеты со временем истощаются, и многие компании действительно беспокоятся об этом

и считают своим долгом позаботиться об окружающей среде. Лозунг компании ИКЕА «Да людям и планете!» отражает их миссию – изменить к лучшему жизнь обитателей планеты. ИКЕА старается сделать экологичный образ жизни доступным, выпуская смесители с аэраторами, сокращающими расход воды на 50%, светодиодные лампы, потребляющие до 85% меньше энергии и служащие в 20 раз дольше обычных ламп накаливания. Компания сотрудничает с некоммерческими организациями, занимающимися охраной лесов и продвигает принципы бережного использования древесины [2].

3. Использование современных экологически чистых технологий производства.

Выбросы углекислого газа, чрезмерное потребление и загрязнение воды, использование химических соединений, - основные проблемы при производстве. Кроме того, на транспортировку и упаковку товаров также тратится много ресурсов и возникают сложности с переработкой. Зачастую в процессе производства используются опасные токсины, но в наши дни наблюдается тенденция к переходу на экологически чистое производство: существует система стандартов Bluesign, предоставляющая решения для повышения экологичности производства текстиля. Вместо токсичных соединений рекомендуются безопасные, значительно снижающие влияние на природу и на здоровье людей. Одной из компаний, придерживающихся стандартов Bluesign, является ASICS – главной целью их проекта «I MOVE ME» является повышение экологичности производства. ASICS вводит целлюлозные нановолокна в пеноматериал, повышая плотность и прочность материала и сокращая на треть выбросы углекислого газа. Также ASICS удалось усовершенствовать процесс окрашивания тканей, сократив расход воды на 50%. Теперь вместо тонирования и очищения ткани, краситель вводится в жидкую массу, из которой получают волокна. В итоге из волокон выходит готовое полотно нужного цвета. Эта технология ощутимо снижает потребление воды и электроэнергии [4].

4. Проведение экологических мероприятий.

Для компаний, придерживающихся экологичного образа жизни важно не только использовать безопасные технологии производства и экономить природные ресурсы, но и агитировать к проведению экологических мероприятий. Многие застройщики призывают жильцов к участию в эко-субботниках: один из крупнейших

строительных холдингов Нижегородской области ГК «Жилстрой-НН» периодически устраивает мероприятия по озеленению района: жильцы их домов высаживают аллеи из ивовых деревьев.

5. Помощь в сохранении культурного наследия и ценностей.

Сегодня общество осознает всю важность сохранения культурного наследия: формируется системный подход к мировой культуре, культурным ценностям. Культурные традиции – это фундамент, на котором может существовать и развиваться общество. Культурное наследие, которое непрерывно переходит из поколения в поколение и сохраняется в течение длительного времени составляет основу культуры нации, ее самобытность и уникальность. Одна из крупнейших социальных сетей России «ВКонтакте» несет идею сохранения культурного наследия в массы: в день памяти знаменитой поэтессы Анны Ахматовой «ВКонтакте» выпустили альбом-требьют, в котором известные певицы переложили на музыку и исполнили стихи великой поэтессы.

6. Всесторонняя поддержка проведения культурных мероприятий (спонсорство).

Спонсорство является формой социальной инвестиции, представляющей собой один из возможных способов поддержки различных сфер общественной жизни. Поддержка изобразительного и музыкального искусства, литературы, кино, театров, музеев - прекрасная возможность выразить социальную позицию бизнеса. Спонсорство в сфере культуры является реальным и эффективным фактором создания и развития гражданского общества, способного к саморазвитию. Официальным спонсором Балета Большого театра является компания «Нестле Россия». С момента прихода в Россию «Нестле» стремится вносить свой вклад в развитие культурной жизни страны. Партнерство с Большим театром – это ключевая инициатива компании «Нестле» в области культуры и искусства в России, реализуемая в рамках концепции корпоративной социальной ответственности «Создание общих ценностей» [3].

7. Внимательное отношение к сотрудникам и забота о них.

Забота о сотрудниках стоит в числе первостепенных интересов крупных мировых компаний, часть которых прославилась благодаря внимательному отношению к работникам. Многие компании стараются создавать для работников такие условия работы, чтобы у их специалистов даже не возникало и мысли о том, что работу можно сменить. Facebook предоставляет сотрудникам трехразовое питание,

бары, спортивные залы с бассейнами и даже прачечную. Также для сотрудников открыты мастерские, работают догситтеры, стоят помещения с игровыми приставками. Вечерами для работников организовывают совместные просмотры кино, приглашают звезд. Компания берет на себя оплату медицинской страховки специалистов и оплачивает 50% страховки их родственников, обеспечивает финансовую помощь сотрудникам, оказавшимся в сложном положении, дает неограниченное количество дней больничного.

Роль социальной ответственности бизнеса оказывает огромное влияние на отношение общества к деятельности того или иного предприятия, применяющего в ходе своей деятельности корпоративную социальную ответственность. Можно сделать следующий вывод: корпоративная социальная ответственность является важнейшим фактором формирования репутации фирмы и играет ключевую роль в ее развитии [6].

## Литература


1. Вихарев В.В., Бекиров Р.Р. социальный маркетинг и PR в системе корпоративной социальной ответсвенности. В сборнике материалов международной научно-практической конференции: «Пространственная и структурная трансформация экономики России: проблемы и перспективы развития». 2019. С. 376-383.
2. Компания как экосистема: актуальные инструменты управления //Константиниди Х.А., Грибок Н.Н., Воробьева М.А., Артюшкова А.Ю., Зинченко Н.В. Коллективная монография / Краснодар, 2020.
3. Корпоративные коммуникации как стратегический ресурс управления // Грибок Н.Н., Артюшкова А.Ю., Горлачев П.В., Кунаковская И.А. В сборнике: Пути повышения эффективности экономической и социальной деятельности кооперативных организаций. Материалы XIV международной научно-практической конференции, г. Краснодар, 26 ноября 2019 г. 2019. С. 79-83.
4. Руденко Ксения Александровна, диссертация к.э.н. «Социальная ответственность бизнеса в системе взаимодействия властных и предпринимательских структур», 2016, С. 9-10.
5. Экономический журнал. №4 (36), 2014, С. 61-62.
6. М.В. Киварина «Корпоративная социальная ответственность» (информационный ресурс cyberleninka).

7. Вихарев В.В. Экономика качества или системный подход к управлению бизнесом - основа роста экономики России. В сборнике научных статей Международной научно-практической конференции: «Экономико-правовые аспекты стратегии модернизации России: механизмы обеспечения конкурентоспособности и качественного экономического роста» / под редакцией: О.В. Иншакова, Г.Б.Клейнера, З.М.Хашевой, В.В. Сорокожердьева. 2010. С. 121-128.

***Шманай А.А.,***
*студент 3 курса*
*Краснодарский филиал Финуниверитета*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: alex13120013@gmail.com*

***Научный руководитель:***
***Грибок Н.Н.,***
*доцент, к.и.н.*
*Краснодарский филиал Финуниверитета*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: NNGribok@fa.ru*

## Психологический портрет кандидата при подборе персонала в бирюзовую организацию

**Аннотация:** в статье ставится задача описать основные стадии развития организаций согласно книге Фредерика Лалу «Открывая организации будущего» и составить на этой основе психологический портрет кандидата при подборе персонала в бирюзовую организацию.

**Ключевые слова:** инфракрасная (реактивная) организация, пурпурная(магическая) организация, красная организация, янтарная организация, оранжевая организация, зелёная организация, бирюзовая организация, психологический портрет.

***Shmanay A.A.,***
*student, 2nd year,*
*Krasnodar branch of the Financial University*
*Krasnodar, Russia*
*email: alex13120013@gmail.com*

***Scientific Adviser:***
***Gribok N.N.,***
*Candidate of Science (History), Docent*
*Krasnodar branch of the Financial University*
*Krasnodar, Russia*
*email: NNGribok@fa.ru*

## Psychological profile of a candidate in recruiting staff in a turquoise organization

**Annotation:** the article aims to describe the main stages of the development of organizations according to the book «Reinventing Organizations» by Frederic Laloux and to draw up a psychological portrait of a candidate on this basis in selecting personnel for the turquoise organization.

**Key words:** infrared (reactive) organization, purple (magical) organization, red organization, amber organization, orange organization, green organization, turquoise organization.

Актуальность данной темы является высокой ввиду того, что в настоящий момент времени теоретические аспекты создания и развития организаций не формируют полноту картины в целом, а практические стороны реализации в условиях реальной действительности изучены ещё пока в недостаточном объёме.

Цель данной работы – дать описательную характеристику основных стадий развития организаций согласно книге Фредерика Лалу «Открывая организации будущего» и составить психологический портрет кандидата при подборе персонала в бирюзовую организацию. Проблема на данный момент состоит в дефиците информации на заданную тему, что порождает неопределённость в представленном вопросе. В связи с этим существует ряд вопросов, ответы на которые помогут в исследовании данной проблемы. Возможно ли воплотить в жизнь такое предприятие, которое не было бы поражено духом внутреннего корпоративного соперничества, в котором персонал бы не испытывал постоянное эмоциональное выгорание, ощущая при этом всю горечь досады и отчаяния под натиском обстоятельств неопределённости внешней среды? Предприятие, в котором менеджмент компании не страдает самодовольством в сочетании с нарочито напускным

эгоцентризмом, а исполнители не являются собственностью организации, призванными быть каторжными рабочими без лица и личности. Есть ли такая возможность, чтобы придать человеческий облик нашему месту рабочей деятельности и создать новую конструкцию, в которой работа приносит подлинное ощущение удовлетворения вкупе с реализацией главного смысла нашей деятельности, в которой прибыль – это закономерный итог проделанной работы, а не самоцель?

Именно такими вопросами задавался Фредерик Лалу, обладатель степени магистра делового администрирования и бывший партнёр международной компании в сфере консалтинга по вопросам стратегического управления McKinsey&Company, в своей книге «Открывая организации будущего». Подавляющее большинство менеджеров и работников воспримут данные вопросы, как полёт души и фантазии примитивного романтика, лишённого здравого смысла. Однако задайте себе вопрос: случалось ли с Вами такое, чтобы в процессе командной работы Вы испытывали подъём душевных сил, когда всё идёт без малейших трудностей и кажется, что все преграды преодолимы? Определённо, такое было у каждого. Именно это чувство порой заставляет нас трудиться сильнее, чем прежде. Всё это согласуется с процессуальной теорией мотивации Портера-Лоулера, которая гласит, что именно результативная трудовая деятельность приводит к удовлетворению человека, что, в свою очередь, как следствие, увеличивает производительность и результативность труда и мотивацию самого человека. По мнению Лалу, создание и поддержание такого характера и уровня мотивации персонала и является ключом к конструированию модели организации нового типа, отличающейся развитым типом самосознания работников и менеджмента в целом. Но, чтобы строить будущее, необходимо изучить прошлое. В связи с этим Лалу выделяет различные модели самих организаций и самосознания людей в них на протяжении всей истории человеческого развития. Он взял за основу тот факт, что человечество создаёт новые виды и формы обществ и организаций с разными методиками управленческого процесса. При всём этом старые типы устройств организаций также продолжают существовать наравне с новыми. В итоге Лалу описал семь парадигм, на основе которых создавалось и существовало общество и организация, как следствие этих управленческих процессов: инфракрасная (реактивная),

пурпурная(магическая), красная, янтарная, оранжевая, зелёная, бирюзовая. Пять последних существуют до сих пор [1].

Охарактеризуем каждую из них для полноты картины.

Инфракрасная (реактивная): на данном этапе развития человечество жило достаточно маленькими родственными группками численностью не более пары десятков человек, так как при увеличении числа проживающих рядом становилось невозможным сохранять функциональность ввиду ограниченности организационных способностей людей того времени. Иерархия отсутствовала, как и лидер, и какая-либо организация в целом.

Пурпурная (магическая): происходит развитие от маленьких групп, связанных семейными связями, к племенам численностью около сотни или даже несколько сотен человек. Причинно-следственные связи осознаются на примитивном уровне, что выражается в поклонении магическим высшим духовным божествам и соблюдении ритуальных правил поведения, подчинении шаману или старшему члену семьи, который приобретает определённый социальный статус и начинает сосредотачивать в своих руках значительную долю власти.

Красная: начинают появляться задатки разделения человеческого труда, что проявляется в существовании вожака и рядовых членов группы. Происходит становление первых империй – прообразов современных организаций данного цвета – и формирование рабовладельческих отношений, когда определённый круг задач можно передать на исполнение побеждённым и порабощённым вражеским племенам. Сила является ключевым и определяющим фактором. Современными аналогами являются уличные группировки банд и организованные преступные группы, в которых лидер на постоянной основе использует публичное наказание в качестве попытки удержать организационные отношения от краха, поскольку только чувство страха удерживает подчинённых соблюдать правила деятельности. Характерные черты: низкая степень надёжности и высокая степень импульсивности всех членов данных отношений, недальновидная стратегия и краткосрочное планирование.

Янтарная: осуществлён переход от родоплеменных властных отношений, основанных на рабстве, к появлению земледелия, сельского хозяйства, государства с присущей ей цивилизацией. Развитие сельского хозяйства приводит к формированию зачатков

прогностического мышления и планирования: необходимо рассчитать и сохранить семена культур для обеспечения продовольствием на следующий год жизни. К янтарным организация принадлежат государственные и религиозные учреждения, армия. Характерные черты: жёсткая закрытая система, имеющая строгую иерархию власти и принятия решений, в соответствии с которой работники – это винтики одного общего механизма. Традиционный консервативный уклад данного типа организации отражается в её непрозрачности и рассматривает новые возможности только в качестве угроз, а не шансов развития.

Оранжевая: общественный мир открывается с абсолютно новой стороны, где ключевая роль отводится не морали, а эффективности в решении тех или иных вопросов. Локомотив прогресса отдаётся науке. Характерные черты: научные открытия и исследования, человек воспринимается как носитель таланта, невероятная возможность реализовать себя в гибкой системе менеджмента, в которой работник может стать гендиректором.

Зелёная: на первый план выносятся чувства и отношения, а не конечный результат. Компания воспринимается как семья, ценности которой разделяются всеми его членами. Общество приобретает черты великодушия и преисполнено эмпатией и вниманием к другим. В зелёных организациях принятие многих решений делегируют персоналу, считая, что они лучше видят и чувствуют ситуацию, находясь в ней от первого лица. Лидеров перестают возносить как мессий, а сами они начинают воспринимать себя как служителей для тех, для кого они лидеры [3]. Покуда в мире будут оставаться такие явления, как нищета, неравенство и притеснения людей по тем или иным признакам, фокус в жизни необходимо направить на решение более важных задач, чем на бессмысленную погоню за искусственно навязанным успехом и эгоистическую самореализацию в карьере. Бирюзовая: организация выступает в роли живого организма, который наполнен душой. Эта организация лишена различных корпоративных заболеваний: бюрократических волокит, неоправданных совещаний, ношения социальных и профессиональных масок, внутрикорпоративного соперничества. Иерархия пирамиды уступает место сетке, в которой весь коллектив – это одна большая команда, где руководство не отделено от исполнителей, а находится на одной передовой с ними. Однако достижение этого этапа развития должно произойти естественным

путём, а не радикальным насаждением – к этому нужной прийти. Тогда каким должен быть психологический портрет кандидата при подборе персонала в бирюзовую организацию? Можно выделить следующие черты: высокая психологическая зрелость личности, заключающаяся в проработке личностных комплексов и незавершённых гештальтов; способность отставить личные эгоистические потребности в угоду общим социальным целям, для чего требуется не только осознание и понимание миссии и ценностей конкретной организации, но и их полное разделение как на рабочем месте, так и в жизни, ведь эти процессы – это составные части единого целого; наличие так называемой финансовой подушки, сформированной в ходе предыдущей рабочей или предпринимательской деятельности, которая позволяет переместить фокус внимания с зарплаты и иных материальных поощрений на саму идею организации.

Почему только такие сотрудники способны работать в организации бирюзового цвета? Дело в том, что качественные трудовые взаимоотношения внутри организации не могут строиться на контроле, потому что он приводит к появлению ощущения страха, а страх ведёт к сокрытию совершённых ошибок, вследствие которых организация теряет действительное понимание происходящей деятельности, её реальное состояние. Но ошибки необходимо разбирать, находить причинно-следственные связи и решать проблемы, а не утаивать их. Игнорирование – это уход от проблем, а не решение [2]. Ввиду этого, пока организация не достигнет такого уровня развития, чтобы уйти от внешнего контроля и перейти к самоконтролю персонала, она не сможет стать бирюзовой. А основа этой самой бирюзы – сотрудники с высоким уровнем самосознания.

## Литература

1. Грибок Н.Н., Попова А.С. Стратегический подход в управлении корпоративной коммуникацией Новая наука: новые вызовы. Сборник трудов I Всероссийской научно-практической конференции. Краснодар: Изд-во АНО ДПО «Институт стандартизации, сертификации и метрологии», 2017. - С. 16-22

2. Управление изменениями (в коммерческой и публичной сферах) Константиниди Х.А., Папушенко М.В., Соболев Э.В., Берлин С.И., Артюшкова А.Ю., Воробьева М.А., Грибок Н.Н., Дивненко О.В., Жильцова О.Н., Зинченко Н.В., Мазунина М.В., Поздняков К.К.,

Родин Д.Я., Рубин А.Г., Селезнев П.С., Сорокожердьев В.В. Учебник / Под редакцией Х.А. Константиниди. Москва, 2021. Сер. Вузовский учебник

3. Корпоративные коммуникации как стратегический ресурс управления // Грибок Н.Н., Артюшкова А.Ю., Горлачев П.В., Кунаковская И.А. В сборнике: Пути повышения эффективности экономической и социальной деятельности кооперативных организаций. Материалы XIV международной научно-практической конференции, г. Краснодар, 26 ноября 2019 г. 2019. С. 79-83.

***Уткин А.А.,***
*Студент 3 курса*
*Краснодарский филиал финансового университета при правительстве РФ*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: utenok2000@mail.ru*

***Научный руководитель:***
***Грибок Н.Н.,***
*доцент, к. м. м.,*
*Краснодарский филиал финансового университета при правительстве РФ*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: z-gribok@yandex.ru*

## Основные тренды мотивации персонала в клиентоориентированных компаниях

**Аннотация:** в статье ставится задача обоснования важности изучения основных тенденций мотивации персонала в клиентоориентированных компаниях. Выдвигаются преимущества клиентоориентированных компаний. Объясняется важность роли сотрудников и необходимость их мотивации.

**Ключевые слова:** мотивация, клиентоориентированность, сотрудник, персонал, организация, клиент.

***Utkin A.A.,***
*3rd year student*

*Krasnodar Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: utenok2000@mail.ru*

***Scientific adviser:***
***Gribok. N.N.,***
*associate professor, m.m.*
*Krasnodar Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: z-gribok@yandex.ru*

# The main trends in personnel motivation in customer-oriented companies

**Abstract:** the article sets out the task of substantiating the importance of studying the main trends in personnel motivation in customer-oriented companies. The advantages of customer-centric companies are highlighted. The importance of the role of employees and the need to motivate them are explained.

**Key words:** Motivation, Customer focus, Employee, Personnel, Organization, Client.

Актуальность исследуемой проблемы обусловлена тем, что на сегодняшний день практически каждая компания необходима становиться клиентоориентированной, чтобы сохранять конкурентоспособность, но не каждый работник организации готов стать клиентоориентированным.

Цель-выявить ключевые направления развития систем мотивации в клиентоориненитированных компаниях.

Клиентоориентированная компания – это бизнес, который рассчитан на долгосрочную перспективу, приносит доход за счет постоянных клиентов. Сотрудники такой фирмы должны выявлять покупательский спрос и закрывать его продукцией или услугой организации [2].

Клиентоориенированная компания имеет безусловно много преимуществ:

– улучшение уровня продаж – для стабильной прибыли;

– конкурентное преимущество, завоевание лучших позиций;

– получение лояльных клиентов;

– уменьшение текучести кадров, с привлечением лучших специалистов для работы компании;

– снижение расходов, необходимых для рекламы, маркетинга и PR;

– улучшение микроклимата в своем коллективе;

– повышение трудовой дисциплины, рост производительности за счет положительного настроя сотрудников.

В наше время клиентоориентированность – уже не прихоть, а необходимость. Любой сотрудник клиентоориентированной компании дожен быть клиентоориентированным.

Клиентоориентированный сотрудник - это стрессоустойчивый сотрудник, который способен сохранять баланс между заказчиком, интересами компании и своими интересами. Помимо того, что предприятие, ориентированное на клиентов, выпускает продукцию, строит стратегию продаж, делает рекламу и т.д. исходя из интересов и убеждений своих покупателей. Немало важную роль играют сотрудники, которые как раз предлагают эти услуги или товары, общаются с клиентами, а также являются лицом компании, а значит при контакте с заказчиком представитель компании складывает впечатление о том насколько компания клиентоориентированна и о всей компании в целом [1].

Также сам работник тоже обязан понимать требования покупателя к товару или услуге, к ее цене и исходя из этого предлагать, только то что ему нужно. Безусловно требуется понимать ожидания заказчика от обслуживания и общения с персоналом, хотелось бы отметить, что у всех гостей разные предпочтения к общению и обслуживанию и попадая в эти предпочтения представитель предприятия заставляет возвращаться клиента снова и снова. Если работники не настроены понять ожидания клиента и оправдать их, то вряд ли они смогут привлечь новых покупателей или заказчиков. Между тем в современном мире клиент выбирает ту компанию, которая не обязательно предоставляет самый лучший продукт (продукты приблизительно одинаковы у разных фирм), но обязательно лучше других обслуживает. Клиентоориентированный сотрудник намного ценней на рынке труда, да и продаёт он, как

правило на порядок больше, а значит зарплата выше. В современной компании сотрудник играет одну из главных ролей в ее жизни [5].

Для любого управленца основной задачей является максимально раскрыть потенциал своих сотрудников и эффективно его применить на благо своей организации [3]. При этом нужно учитывать, что если работник не будет заинтересован в результатах своего труда, то построить эффективную деятельность не получится. Для решения этой задачи компании создают и развивают комплекс мотивационных стимулов - систему мотивации персонала. Система мотивации труда – это гармоничное сочетание комплекса стимулирующих воздействий и управление внутренней мотивацией персонала. Мотивация является особенно важным фактором для клиентоориентированных компаний, потому что, если работник не будет заинтересован в качественном обслуживании своих клиентов от этого упадет авторитет компании.

Главной причиной ухудшения качества работы сотрудника является угасание или демотивация, это же и становится основной причиной к мотивации персонала. Основными причинами демотивации являются материальная неудовлетворенность и психологический дискомфорт. При этом предпосылками снижения мотивации могут стать следующие факторы [5]:

– нарушение негласных договоренностей между сотрудником и руководством (обещание выплатить премию за успешную работу и т.д.);

– отсутствие применения каких-либо профессиональных навыков сотрудника, которые им самим высоко оценены;

– игнорирование идей и инициативы работника;

– отсутствие у сотрудника чувства причастности к компании;

– дефицит чувства достижения поставленных целей, а также видимых результатов, личного и профессионального роста;

– недостаточность признания достижений и результатов со стороны руководства и коллег;

– отсутствие изменений в статусе сотрудника.

Вместе с тем, одним из немаловажных факторов, способствующих снижению мотивации, может стать сама система мотивирования персонала. При этом данная ситуация, как правило, складывается в следующих случаях:

– отсутствует системный подход к мотивации персонала;

– система мотивации состоит только из материальных стимулов в виде заработной платы, а работником движет исключительно опасение ее потерять;

– нововведения в сфере мотивации, не сопровождающиеся изложением, донесением до персонала ожидаемых от него результатов;

– система мотивации не соответствует потребностям персонала, по причине отсутствия изменений в ней наряду с изменениями организации.

Система мотивации, формируемая в компании, не может возникать и существовать сама по себе, на её формирование влияют различные факторы внешней и внутренней среды организации (рисунок 1).

Рисунок 1 - Факторы, определяющие систему мотивации

Соответственно выбор элементов системы мотивации, формирование её сущности в во многом определено сферой деятельности организации, степенью рисков, существующих при ведении бизнеса, степенью загруженности персонала, и многих других факторов.

При разработке системы мотивации одним из важнейших факторов, подлежащих учёту, является стратегия организации. Все представленные факторы укладываются в базовые принципы, составляющие основу формирования системы мотивации персонала. Среди таких принципов выделяют: сбалансированность системы

мотивации, сочетание материальной и нематериальной мотивации, связь системы мотивации с установленной стратегией компании и системой бюджетирования, иерархичность и зависимость степени ответственности от статуса должностной позиции, а также принцип единства полномочий и ответственности.

Отметим также, что важным аспектом создания системы мотивации является её связь с корпоративной культурой, традициями и ценностями, принятыми в организации. Все выбранные стимулы должны соответствовать ценностям организации. И, поскольку речь идёт о системе то все элементы системы должны быть взаимосвязаны и работать на общий результат.

Также необходимо отметить, что мероприятия по повышению уровня мотивации должны проводиться, не только в случае угасания сотрудников. Компания должна регулярно мотивировать свой персонал, если хочет видеть качественно выполненную работу и настоящую клиентоориентированность.

Помимо этого руководители, мотивируя своих сотрудников преследует ряд других целей:

– удержать постоянный штат;

– минимизировать число увольняющихся (устранить «текучку кадров»);

– установить цели и ориентировать персонал на достижение результатов в заданные сроки;

– выявить и заслуженно наградить лучших сотрудников;

– заинтересовать и привлечь ценные кадры;

– предпринимать меры по осуществлению контроля за выплатами заработной платы.

Для создания заинтересованности работника необходимо подобрать верную мотивацию, и системы вознаграждения, соответствующие ей.

Методы мотивирования персонала в клиентоориентированных организациях не всегда отличаются от всех остальных, существуют обобщённые пути для увеличения уровня мотивации, которые действуют в любых компаниях. Но в конечном итоге, мотивация делится на несколько видов. Разберём более подробно каждый из них.

Материальная мотивация. Предусматривает вознаграждение в валютном эквиваленте, в качестве услуг и материальных объектов.

Она применима в отношении одного работника или группы, ко всему предприятию крайне редко, потому что считается малоэффективным методом.

Нематериальная мотивация. Работник приобретает эмоциональные выгоды, это устранение комплексов, душевное равновесие, признание личных достоинств и др. Она применима к одному работнику, и всему коллективу, так как помогает сформировать отношение каждого индивида к организации.

Положительная мотивация характеризуется применением положительных стимулов. Отрицательная мотивация базируется на отрицательных стимулах.

Внешняя мотивация. Благоприятное или неодобрительное воздействие на персонал, которое ведет к желаемому результату. В качестве награды предполагается, благо или наказание.

Внутренняя мотивация. Предполагает самостоятельное развитие мотивации у работника. Осуществление определенных задач приносит им моральное удовлетворение. Но при этом персонал может оставаться в поиске выгоды. Внешних мотивационных рычагов при внутренней мотивации недостаточно, для получения желаемого блага.

Внешняя мотивация персонала призвана развивать и активизировать внутреннюю мотивацию. Добиться этого можно путем постоянной оценки применяемых способов, а также при помощи специальных методов.

Обратим внимание на тренды в развитии систем мотивации в клиентоориентированных компаниях.

Среди них такие формы как:

– геймификация - мотивация с использованием принципов из компьютерных игр ( квесты, достижения, бонусы).

– EmployeesTreatment – мотивация путем заботы работодателя о благополучии сотрудников).

– Диджитализация HR- перенос рабочих, обучающих и коммуникативных сфер в цифровой вид.

– SMM в рекрутинге- введение социальных сетей в коллектив организации, и общение работников с клиентами.

– Прескрининг- начальный этап работы с кандидатом на должность, на которой можно узнать его проблемы на прошлой работе и избежать их в будущем.

– Новые концепции рабочего места и времени- тенденция, которая позволяет персоналу работать в более удобных для них местах и более удобное время.

В любой организации главным мотиватором должен служить пример самого руководителя, руководитель, должен показывать своим подопечным как порадовать клиента, как эффективно продавать и как вести себя на работе, тогда персонал пойдет за своим лидером и будет им мотивироваться.

Как уже было обозначено, на сегодняшний день клиентоориентированность является необходимостью для любой компании, а особенно для отелей. Персонал отеля не просто работает с клиентами, а живет с ними, поэтому для сотрудников гостиничных комплексов просто необходимо знать и выполнять все принципы клиентоориентированности, а как мотивировать их, сохранять их увлеченность и интерес к такой не простой работе хорошо знает всем известная сеть отелей «MARRIOTT».

В данной организации ведется работа в большом количестве отделов. Но мы рассмотрим мотивацию на конкретном примере отдела по работе с гостями.

На основании отзывов гостей и личного наблюдения руководителей в течение года избираются работники месяца, в конце все работники 12 месяцев соревнуются за звание работника года, который отправляется в пятидневный отдых в пятизвездочный отель «MARRIOTT» в другой город или другую страну. Также самых выдающихся и перспективных работников отправляют в командировку на курсы за границу с оплаченным питанием и проживанием, что дает им преимущество в виде навыков, для победы в следующем году.

Примером мотивации путем вовлечения персонала в жизнь компании является возможность вносить предложения по улучшению работы отеля, и в случае внедрения этого предложения в организацию, работник написавший его получает денежную премию, а в случае из реальной жизни повышение до поста директора. Также в рассматриваемом нами гостиничном комплексе ежемесечно проводятся общие встречи с генеральным директором, с возможностью задать все интересующие вопросы [4].

Плюс ко всему вышеперечисленному работники имеют множество льгот и получают подарки на праздники.

Работники организации являются непосредственно главными исполнителями и показателями клиентоориентированности, поэтому следует добиваться от них максимальной продуктивности. Существует большое количество способов и видов мотивации, к каждому предприятию, группе и отдельному сотруднику стоит подбирать индивидуальный подход. В связи с изменениями в мире, появляется множество тенденций направленных на более эффективную мотивацию персонала. В наше время необходимо соблюдать эти тенденции, чтобы оставаться конкурентоспособном предприятием.

## Литература


1. Берг, О. Мотивация на «ура» / О. Берг // Кадровый вопрос. — 2019.
2. Баженов, С.В. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». 2018.
3. Дивненко О.В., Горский Д.А., Грибок Н.Н. Развитие профессиональных компетенций руководителей высшего и среднего звена: тенденции, вызовы, практика-М.: Издательство «Социум», 2017. - 310 с.
4. Когдин, А.А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности в управлении персоналом / А.А. Когтин // Основы экономики, управления и права. 2019.
5. Роль мотивации в поведении организации (на примере ООО «Макдональдс») Воргунова В.Р., Артюшкова А.Ю. В сборнике: Экономика, финансы, проектное управление и социальная сфера России: императивы устойчивости. Материалы региональной научно-практической конференции студентов и молодых учёных. 2018. С. 131-138.

# Р а з д е л 4

# ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО СОЦИУМА В КОНТЕКСТЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ПРАКТИКИ ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

**УДК 339.138**

***Горячая Ю.Б.,***
*Студент 3 курса,*
*Финансовый университет*
*при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail:goryachaya.99@mail.com*

***Научный руководитель:***
***Кульбит Ю.С.,***
*канд. фил. наук, доцент,*
*Финансовый университет*
*при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: jul.kulbit2013@yandex.ru*

## Влияние нейромаркетинга на потребительский спрос

**Аннотация:** в статье рассматривается влияние нейромаркетинга на потребительский спрос, описываются инструменты воздействия на потребителей. Анализируются практические аспекты применения нейромаркетинга.

**Ключевые слова:** нейромаркетинг, спрос, потребитель, разум, эмоции, лимбическая система, мозг, мотивация, потребление.

***Goryachaya Y.B.,***
*student,3rd year,*
*Financial University under the Government of*
*the Russian Federation (Krasnodar branch)*

*Krasnodar, Russia*
*e-mail: goryachaya.99@mail.com*

***Scientific Adviser:***
***Kulbit Y.S.,***
*Candidate of Science(Philology), Associate Professor*
*Financial University under the Government of*
*the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: jul.kulbit2013@yandex.ru*

# Impact of neuromarketing on consumer demand

**Abstract:** the article examines the impact of neuromarketing on consumer demand, describes the tools for influencing consumers. The practical aspects of the application of neuromarketing are analyzed.

**Key words:** neuromarketing, demand, consumer, mind, emotions, limbic system, brain, motivation, consumption.

In the modern world, human behavior is in colossal dependence on unconscious processes occurring in neural structures. Neuromarketing as a science explains the mechanisms of action of these processes [1].

Having overcome the initial skepticism, the new interdisciplinary approach is now attracting the interest of entrepreneurs who use creative strategies in order to focus customers' attention on their products (including intellectual ones) and direct their perceptions in the right direction.

Knowledge of the patterns of human perception helps to choose the way of emotional impact on the buyer at points of sale [3].

Brain research has gone a long way. How can the results of these studies be applied to the practical work of retailers? The fact is that human behavior is determined not by the mind, but by emotional processes in the oldest, primitive parts of the brain structure. They influence the conscious perception of the surrounding world [2].

Brain research conclusively proves that our consciousness is heavily influenced by subconscious neural activity. All mental activity is based on the material substrate of neural networks that communicate with each other in biochemical and biophysical processes in the brain.

It has been proven that human behavior is governed not by reason, but by emotions. All our mental processes are subconsciously processed at several levels of the brain. We cannot intentionally influence them until they reach the threshold of consciousness (our conscious "I"). In the process of perceiving the world around us, we physically «probe» it with the sensory apparatuses of all the senses. A person is a limbic-dependent person who from time to time allows his brain to give himself advice. Emotional reactions occur due to the corresponding biochemical processes taking place in the brain [2].

What is the essence of neuromarketing? In response to the challenge of shoppers discouraged by a huge choice, neuromarketing is designed to develop strategies for points of sale that would fall into the focus of selective customer perception and would be very attractive. A person perceives stimuli from the outside world (electromagnetic waves selectively). These stimuli, getting into the organs of perception, are converted into biochemical and biophysical impulses and translated into the language of the brain (transduction). The process of perception begins at a subconscious level and is not comprehended by a person until it is transformed into a concrete picture in consciousness. The selection and evaluation of incoming visual stimuli occurs in the limbic system, where our emotions «live». Thus, a person consciously perceives only what causes him emotions associated with pleasure or, conversely, with suffering. The emotional assessment system, which decides whether we perceive something as something positive or negative, is based on the motivational structure of the human psyche [4].

What does all of this have to do with marketing? For marketers it should be borne in mind that even when exposed to the same stimuli, a person perceives information selectively, depending on the type of emotional system. It is the specificity of the motivational structure of the human psyche that determines how the emotional system reacts to stimuli from the outside world. What motivation prevails in a person greatly influences his perception and emotional assessment of the world around him. So one person, seeing the goods laid out in the store, comes closer with interest, the other turns away with a bored look, and the third does not notice anything (while everyone was in the same place).

Neuroscientists at the Ludwig Boltzmann Institute for Functional Topography of the Brain in Vienna investigated the neurophysiological aspects of visual and olfactory perception and the possibility of applying the results of these studies in retail practice. When perceiving emotional

stories, a very high neural activity was recorded. This fact forms the basis for the development of retail concepts. The strategic goal of the retail concept should be such a design of messages that they first pass through the selective perception filter, and then are easily digested due to the intensive transmission of signals in the neural network [2].

Creating the right emotional atmosphere in the store is a real art. Anyone who concentrates only on price messages (discounters) only satisfies their need for security. All other motives will remain dissatisfied and lost in the limbic system. With the emotional design of the product display, the decision-making process was much more focused and faster. And that's exactly what retail is striving for. It is imperative that customers pay attention to the product presentation and make a decision. It is bad if the buyer not only does not see the goods he needs, but he himself does not know what he wants. In order to keep the situation under control, it is necessary to determine what motivation prevails in the target group, since people of different motivational types need their own emotional messages. That is, in order to direct the attention of buyers in the right direction and to ensure that they remember the product, it is necessary to activate the neural processes of customers [5].

How the customer will feel and how he will behave in the store depends on how thoughtful the stage of the emotional impact on him is. An important prerequisite for this is knowledge of the motivational structure of the target group. Motivational systems are global. This explains the fact that big brands are spreading around the world very quickly. Their success is that they convey a clear emotional message. But brands that are developed on a rational basis hardly overcome cultural and linguistic barriers and are always limited to the domestic market. Emotions are global, mind is local [3].

In the design of the assortment, knowledge of the basics of neuromarketing makes it possible not only to create product-oriented presentations that meet the direct needs of customers (for example, displaying goods by groups), but also to tell assortment stories. Emotional photo concepts are very effective at the point of sale, the stories of which are focused on the target group. You are building a stage action in which the customer enjoys the purchase.

## Литература

1. Акулич, Маргарита Эмоциональный брендинг и нейромаркетинг / Маргарита Акулич. - М.: Издательские решения,

2019. – 746 с. [электронный ресурс] // URL: https://libcat.ru/knigi/nauka-i-obrazovanie/prochaya-nauchnaya-literatura/350936-margarita-akulich-emocionalnyj-brending-i-nejromarketing.html

2. Арндт, Трайндл Нейромаркетинг. Визуализация эмоций / Трайндл Арндт. - М.: Альпина Паблишер, 2018. - 538 с.

3. Дули, Роджер НейроМаркетинг. Как влиять на подсознание потребителя / Роджер Дули. - М.: Попурри, 2019. - 800 с. [электронный ресурс] // URL: https://monster-book.com/neyromarketing-0

4. Льюис, Дэвид Нейромаркетинг в действии. Как проникнуть в мозг покупателя / Дэвид Льюис. - Москва: РГГУ, 2019. - 632 с.

5. Ренвуазе, Патрик Тренинг по нейромаркетингу. Где находится кнопка «Купить» в сознании покупателя? / Патрик Ренвуазе. - М.: Эксмо, 2018. – 331 с. [электронный ресурс] // URL: https://kitobz.com/upload/Морен%20Кристоф%20Тренинг%20по%20нейромаркетингу.%20Где%20находится%20кнопка%20Купить%20в%20сознании%20покупателя-%20www.kitobz.com.pdf

**УДК 37.078**

***Давыдова Д.С.,***
*студент 1 курса,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: Dashashev@yandex.ru*

***Научный руководитель***
***Боцоева А.В.,***
*к. психол. н., доцент,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: annalobanova@bk.ru*

## К вопросу о последствиях пандемии для молодежи

**Аннотация:** в статье ставится острая проблема последствий пандемии для студенческой молодежи, поиска такого формата

обучения, который позволит не только получать качественные знания, но и максимально сохранить эффект обратной связи с преподавателями, что проиллюстрировано в результатах опроса, проведенного среди обучающихся

**Ключевые слова:** пандемия, дистанционный формат обучения, поколение Z, негативные драйверы последствий пандемии.

***Davydova D.S.,***
*student, 1st year,*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: Dashashev@yandex.ru*

***Scientific Adviser:***
***Botsoeva A.V.,***
*Docent, Candidate of Science (Psychology)*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: annalobanova@bk.ru*

## On the impact of the pandemic on young people

**Abstract:** the article raises the acute problem of the consequences of the pandemic for students, the search for such a format of training that will not only provide high-quality knowledge, but also preserve the effect of feedback from teachers as much as possible, which is illustrated in the results of a survey conducted among students.

**Key words:** pandemic, distance learning format, generation Z, negative drivers of the consequences of the pandemic.

Карантинные меры, вызванные пандемией, коснулись всего человечества, живущего на планете Земля. Экстренно была изменена форма образования, изменились отношения в семье, поскольку теперь вся семья находилась постоянно дома вместе. Кто-то выдержал испытание пандемией, кто-то нет. Карантинные меры стали неким

испытанием «на прочность» для каждого жителя планеты. Коронавирус стал краш-тестом не только для экономики, здравоохранения и науки. Прямо сейчас — пандемия серьезное испытание для психики простых людей. Исследования и опросы показывают, что новостной поток, режим ограничений и неопределенность, в первую очередь финансовая, провоцируют развитие психических расстройств среди населения. Негативный эффект от них будет продолжаться еще долго.

Долгая изоляция влияет на семейные отношения. С завершением режима самоизоляции количество разводов в России увеличилось относительно предыдущих месяцев. Об этом свидетельствуют данные Росстата. Это может быть связано с эффектом отложенного спроса: на карантине люди не могли расторгнуть отношения официально, так как ЗАГСы были закрыты, а услугу онлайн-развода российские ЗАГСы не предоставляли. После резкого падения показателей во время режима самоизоляции произошел не менее резкий рост. По данным Росстата, в первый летний месяц было зарегистрировано 46 тыс. разводов: это меньше, чем в июне прошлого года, но в 2,5 раза больше, чем в мае 2020-го.

Нас интересовало, как повлияла пандемия на молодое поколение, на поколение Z. Пока маленькие дети не в полной мере осознают, что происходит в мире, более взрослые «зеты» ощущают на себе практически все последствия пандемии, что и их родители. Почти половина опрошенных представителей поколения Z заявили, что COVID-19 имел крайне сильное или существенное влияние на их жизнь.

«Зеты» — это подростки и молодые люди, жизнь которых в это время обычно наполнена учебой, общением с приятелями после школы или во время перерывов в университете. Цели и мечты поколения Z — хорошо сдать экзамены, проводить время с близкими и работать, чтобы накопить на путешествия. COVID-19 изменил все это. Экономические последствия пандемии также ощущаются молодыми поколениями, только начинающими свой карьерный путь.

COVID-19 сильно сказался и на здоровье людей — не только физическом, но и психическом. По данным исследований, «Зеты» отмечают, что драйвером пандемии является скука (так считает 51% опрошенных), меньшую физическую активность называют 47%, и повышенное чувство одиночества 41%. Во время изоляции именно эти чувства и эмоции влияли на них наиболее сильно. Они также

наиболее склонны видеть негативное воздействие на здоровье увеличившегося экранного времени. Молодое поколение чаще испытывает повышенную тревогу и стресс: почти половина (49%) «зетов» заявили, что обеспокоены ситуацией с COVID-19. Тот факт, что они никогда раньше не переживали ничего подобного, является причиной повышенной тревожности.

Поскольку эта проблема затронула и студентов, я провела исследование среди учащихся Краснодарского филиала Финуниверситета, целью которого было выяснить, как пандемия повлияла на их учебный процесс, межличностные отношения, какой студенты видят идеальную форму обучения после опыта карантинных мер, чего студентам не хватает на занятиях.

В исследовании приняло участие 45 студентов 1, 2 и 3 курсов в возрасте от 18 до 21 года. По некоторым вопросам студенты различных курсов сошлись во мнении, а по некоторым нет. Возрастные характеристики респондентов представлены нам диаграмме (рисунок 1).

Рисунок 1. – Возрастные характеристики целевой аудитории участников опроса, %

Один из первых вопросов, который был задан студентам, касался трудностей, с которыми они столкнулись в период дистанционного обучения. Самыми популярными проблемами стали: нехватка общения с одногруппниками, технические неполадки и нехватка общения с преподавателями. В общем с этими проблемами столкнулись около 70% студентов. Остальные 30% заметили, что

плохо усваивают материал и что им сложно учиться в домашней обстановке. Только 2% не испытали никаких трудностей (рисунок 2).

Рисунок 2. – Отзывы респондентов о трудностях, связанных с дистанционным форматом обучения, %

Дистанционная сессия у всех прошла по-разному (рисунок 3). У большинства студентов 2 курса дистанционная сессия прошла лучше, чем очная. Среди всех курсов у 40% студентов сессия прошла лучше, у стольких же сессия прошла хуже очной, и у почти 20% результаты не изменились.

Рисунок 3. – Впечатления респондентов о прохождении зачетно-экзаменационной сессии в дистанционном формате, %

Среди минусов данного процесса были названы: периодические сбои в работе Интернет-платформ, в связи с чем у студентов не было

возможности своевременно прикреплять экзаменационные работы, все это влекло за собой определенные сложности.

Рисунок 4. - Оценка респондентами готовности Краснодарского филиала Финуниверситета к экстренному переходу на онлайн-платформу, %

В качестве положительных моментов студенты отметили, что в домашней обстановке им было комфортнее и спокойнее сдавать экзамены и больше возможности подготовиться к ним. Большинство студентов (почти 80%) не столкнулись с проблемой отправки материалов преподавателям.

Также целевой аудитории было предложено оценить готовность университета к экстренному переходу на дистанционный формат (рисунок 4).

Студенты 1 курса считают, что наш филиал максимально готов к дистанционному формату обучения. В целом больше 70% студентов оценивают готовность на 100% и 80%, больше 20% студентов считают, что университет готов только наполовину, и 4% считают, что университет почти не готов к такому формату.

Несомненно, с переходом в дистанционный формат жизнь студентов полностью изменилась: их распорядок дня, режим сна, прием пищи, прогулки. Вопросы касательно образа жизни также были заданы студентам. Продолжительность и качество сна улучшились у 70% учащихся во время дистанционного обучения, особенно у 2 курса. Еще одним неплохим показателем является тот факт, что более 60% не уставали во время дистанционного обучения, а значит, оно давалось им легко. Однако стресс затронул 40% студентов, что говорит о том, что новый формат обучения все-таки тревожил студентов. К счастью, почти у всех студентов (96%) было

свое рабочее место или комната, где они могли спокойно учиться. Все эти данные представлены на рисунке 5.

Когда вступили в силу карантинные меры, отношения в семье и в парах были вынуждены претерпевать изменения. Студенты ответили на несколько вопросов, касаемых их отношений и отношений их родителей. У большинства опрошенных ссор почти не было, однако ссоры же возникали по следующим причинам: было сложно находиться много времени вместе, семья уставала друг от друга, не было возможности сменить обстановку, бытовые мелочи, финансовые проблемы и недопонимания. Только у студентов 1 курса пандемия отрицательно повлияла на отношения родителей. Но у большинства опрошенных (90%) карантин не повлиял на отношения их родителей. Что же касается отношений самих студентов, то цифры немного другие. Всего 40% студентов состояли в отношениях, большинство из них учатся на 2 курсе. Из них почти 30% столкнулись с проблемами, и только 5% смогли их решить, оставшиеся закончили отношения. Но все же у большинства студентов все было хорошо или даже стало лучше.

Особенностями моего поколения являются следующие факторы. Для поколения Z два мира: цифровой и реальный переплетены между собой. Это поколение преследует «Синдром упущенной выгоды», т.е. молодые люди боятся упустить что-то важное, благодаря чему всегда находятся в авангарде новых веяний. Для поколения Z характерна высокая степень персонализации. Они ждут индивидуального подхода и готовы сами определять свою образовательную траекторию. Для них характерен высокий уровень мотивации в обучении и дальнейшей профессиональной деятельности, стремление быть победителями. Поколение Z обладает уверенностью в собственных способностях самостоятельно освоить любой предмет.

Самый главный вопрос исследования касался идеальной, по мнению респондентов, системы обучения в университете? Скорее всего, возврата к традиционным моделям обучения уже не будет никогда, так как цифровой вихрь активно всех нас уносит на совсем другую планету. Но нам бы при этом очень хотелось не лишать себя возможности активного диалога с преподавателями.

Определились с ответом на этот сложный вопрос только студенты 2 курса. Они считают, что она должна быть основана на совмещении дистанционного и очного формата, в то время, как у 1 и 3 курсов мнения разошлись. Однако, в целом за совмещение двух

форматов обучения высказались половина опрошенных, за полностью очный формат около четверти студентов, ровно столько же хотели бы больше интерактивного, игрового и практического формата, который бы помог сделать занятия интереснее. Какие же именно формы интересны студентам? Больше всего им нравится работать в команде, решать ситуационные задачи и участвовать в деловых играх, дискуссиях, конференциях, мастер-классах и тренингах.

В рамках антикризисных мер, направленных на помощь молодежи, можно выделить следующие основные направления: образование, трудоустройство, поддержка уязвимых групп и информационная поддержка. Краснодарский филиал неплохо справился с дистанционной формой обучения, хотя студенты испытывали определенные трудности как во время пар, так и во время сессии. Сон студентов улучшился, усталость снизилась, но студенты испытывали постоянный фоновый стресс, распространяющийся не только на их учебную деятельность, но и на межличностные отношения. Хоть ссоры и были в семьях, большинство из них остались вместе. Что касается студентов, то почти 30% из них не смогли спасти свои отношения. Переход на новый формат общения преподавателей со студентами неизбежен, и мы только вместе должны решить, какой будет эта обратная связь.

## Литература

1. Асмолов А.Г. Чем опасен вирус паники? // Психологическая газета. Выпуск 22 марта 2020 [электронный ресурс] // URL: https://psy.su (дата обращения: 24.02.2021).

2. Маликова Т.В, Новикова Т.О., Пирогов Д.Г., Мурза-Дер Г.А. Отчет по результатам опроса «Социокультурные представления о коронавирусной инфекции (COVID-19)» // Психология человека в образовании, 2020 [электронный ресурс] // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/otchet-po-rezultatam-oprosa-sotsiokulturnye-predstavleniya-o-koronavirusnoy-infektsii-covid-19/viewer (дата обращения: 01.03.2021).

3 Формирование маркетинговой структуры в компании // Мягкова Д.А., Артюшкова А.Ю. В сборнике: Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика. сборник статей 10-й Международной научно-практической конференции, посвященной 255-летию Вольного экономического

общества России: в 2 т.. ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Курский филиал); КРОО Общероссийской общественной организации «Вольное экономическое общество России». Курск, 2020. С. 55-57.

**УДК 336.74**

***Казарян А.В., Романовская А.С.,***
*студенты 3 курса,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: kazaryan_armin22@mail.ru.*
*Nastya-romanovskaya@inbox.ru*

***Научный руководитель:***
***Гучетль С.К.,***
*старший преподаватель,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: SKGuchetl@fa.ru*

## Анализ развития электронных средств платежа

**Аннотация:** основная цель статьи – рассмотреть историю развития электронных средств платежа, а также их место в экономике сегодня. Кроме того, авторами проведен анализ с помощью таблиц и диаграмм. Исследованы факторы, которые способствовали развитию разновидностей электронных платежей и проведен анализ доли электронных платежей в различных странах.

**Ключевые слова:** экономика, деньги, средство платежа.

***Kazaryan A.V., Romanovskaya A.S.,***
*students, 3rd year,*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: kazaryan_armin22@mail.ru*
*Nastya-romanovskaya@inbox.ru*

***Scientific adviser:***
***Guchetl S.K.,***
*Senior lecturer*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*Krasnodar, Russia e-mail: SKGuchetl@fa.ru*

# Analysis of the development of electronic means of payment

**Abstract:** the main purpose of the article is to consider the history of electronic payment methods development, as well as their place in the economy today. In addition, the authors conducted an analysis using tables and diagrams. The factors that contributed to the development of electronic payment varieties are investigated and the share of electronic payments in different countries is analyzed.

**Key words:** economy, money, means of payment.

The history of money is very interesting. In ancient times people used a system called bartering. After some time, they used commodity money that had inherent value. In the modern world we use fiat money that doesn't have any real intrinsic value. And today, almost all this money in the world is non-cash. Moreover, if in Russia cash is less than 20%, in developed countries-no more than 10%. By the share of electronic money in the economy, you can judge the level of market development. In developed markets, 90% of the money supply is made up of electronic money.

In the most General form, electronic money is non-cash funds that belong to citizens, companies and non-profit organizations, as well as the state. This is non-cash money on accounts and deposits in banks, securities, money in pension funds, and so on [1].

Before considering electronic payments in today's economy, let's look at the main types of electronic payments.

The most common types of electronic payments are Bank cards and e-wallets [2].

Cards are the most familiar type of electronic payment the world over, though they are preferred mainly by older millennials and up, according to a 2016 study. Cards remain attractive in part due to the

rewards they offer, which have been increasing for the past several years. Major credit & debit cards in all corners of the world include Visa, Mastercard, American Express, Discover, and Diners Club [2].

E-Wallet payments are poised to take over the payments scene. E-Wallets store your credit or debit card information in a mobile device; you can use the e-wallet either by holding your phone near a special payment terminal in-store or by using the e-wallet app for in-app or web purchases. Varying forms of e-wallets are used all over the world [2].

What is the impact of electronic payments on the economy of countries today? We can see the development of electronic means of payment based on recent events. COVID - 19 forced to use electronic means of payment. For centuries, people have kept large amounts of cash at home during difficult times. But in the coronavirus crisis, things are different. These metal coins and paper bills can be a source of worry rather than hope. The fear is that these objects, possibly touched by thousands of people, could be a way for the coronavirus to spread. Public officials and health experts have said that the risk is small. Still, some businesses refuse to accept them, and some countries have suggested that their citizens should stop using them altogether. Also in many areas, cash was already beginning to disappear due the increased risk of robbery, the ease of internet ordering, and the ubiquity of cell phones.

Sweden, Finland, Norway, Canada and others have slowly reduced cash use to the point where using it in large amounts seems unusual. Britain and Australia are expected to become cashless countries. Moreover, in China, cash use has dropped as electronic payment services increased in popularity over the past ten years. Since the virus outbreak, shops that have remained open, like grocery stores, have encouraged people to pay with cards. And Germany’s central bank said that 43 % of Germans recently paid for goods and services with a card [2].

In Iran, there are no international bank cards, like Visa or Mastercard, because of U.S. sanctions. Yet new signs appeared at some gas stations in Tehran: «Service is only for those who will pay by debit cards».

However, cash use is still common in places like West and Central Africa where many cannot pay for the cost of banking services.

In Lebanon, as the economy worsened late last year, the central bank said that people withdrew an estimated $3 billion and saved it at home.

«Corona is the last thing on people's minds right now», Ihsan, a money changer in Beirut said. «All they're thinking about is how to handle this crisis and get money to live».

He said there are some things you just cannot do without cash. «Like how else can you bribe a government employee to get your business done? With a credit card? »

During the three months of 2020, the volume of cash withdrawals from cards significantly lagged behind non-cash payments for goods and services — the difference exceeded 0,5 trillion rubles. This was facilitated by the pandemic — paper money began to be perceived as a vector of the virus. The share of non-cash payments in Russia at the end of 2020 reached a new record and amounted to 54,1% [5].

It is very interesting that the situation with electronic payments is developing in Africa. In some African countries, there are no Bank branches or ATMs. How are non-cash payments made in these countries? Many Africans have mobile phones that you can put money on (paid minutes of mobile communication). This is the modern equivalent of commodity money. You can transfer paid minutes from one mobile phone to another and use them to make non-cash payments. However, this is a special case [1].

Among the reasons for choosing non-cash payment: the ability not to carry a large number of banknotes and coins, non-cash payment is faster and easier , you can participate in bonus programs or receive discounts , remote payment method is available , and you can earn income on a Bank card .

From the above, we can conclude that a very large proportion of the population has already tried to pay for goods and services online. At first, let's consider how users of different age pay on the Internet in Russia. (Picture 1) [1].

| Service/age of users | 12-55 | 12-17 | 18-24 | 25-34 | 35-44 | 45-55 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| electronic money | 77,6 | 65,7 | 79,3 | 82,2 | 77,8 | 74,4 |
| Internet-banking | 89,7 | 66,3 | 90 | 93,9 | 91,3 | 90,2 |
| bank card | 90,5 | 66,6 | 91 | 93,4 | 94,4 | 90,4 |
| contactless payments | 44,8 | 32 | 53,2 | 57,3 | 41,1 | 31,8 |

Picture 1 - How users of different age pay on the Internet, %

From picture 1 we can see, that the most active payment audience online — users from 25 to 34 years. Paid in electronic money 82,2% of respondents of this age group, through Internet banking — 93,9%. The biggest share of users of bank cards in more senior group — from 35 to 44 years (94,4%).

Secondly, let's talk about what users of different ages around the world pay via the Internet. Considering the age group from 12 to 55 years, we can say that the first place in the category of payments is occupied by mobile communication, which is paid via the Internet by 85,8% of the interviewed correspondents. The second place is taken by payment for online orders, which is made by 81% of the respondents, and the third place remains for utilities, which are paid for via the Internet by 74% of the respondents.

In total, there are up to 75 trillion dollars in the world. Only 4,5 trillion dollars of them are cash issued by state financial organizations of countries. The rest is non-cash funds, or electronic money. Consider the share of non-cash money turnover in the top 5 countries in each category (Table 1).

Table 1 - Share of non-cash retail turnover in various countries

| 80-100% | 40-80% | 0-40% |
|---|---|---|
| Sweden | Turkey | India |
| Canada | South Korea | Thailand |
| *continuation of table 1* | | |
| China | Russia | Egypt |
| Australia | USA | Czech Republic |
| Belgium | Germany | Cyprus |

The share of non-cash payments in Russian retail was 2 % in 2010 and more than 50 % in 2019. As the main barrier to the use of non-cash payments, the Russians called the fact that not everyone accepts cards for payment [3].

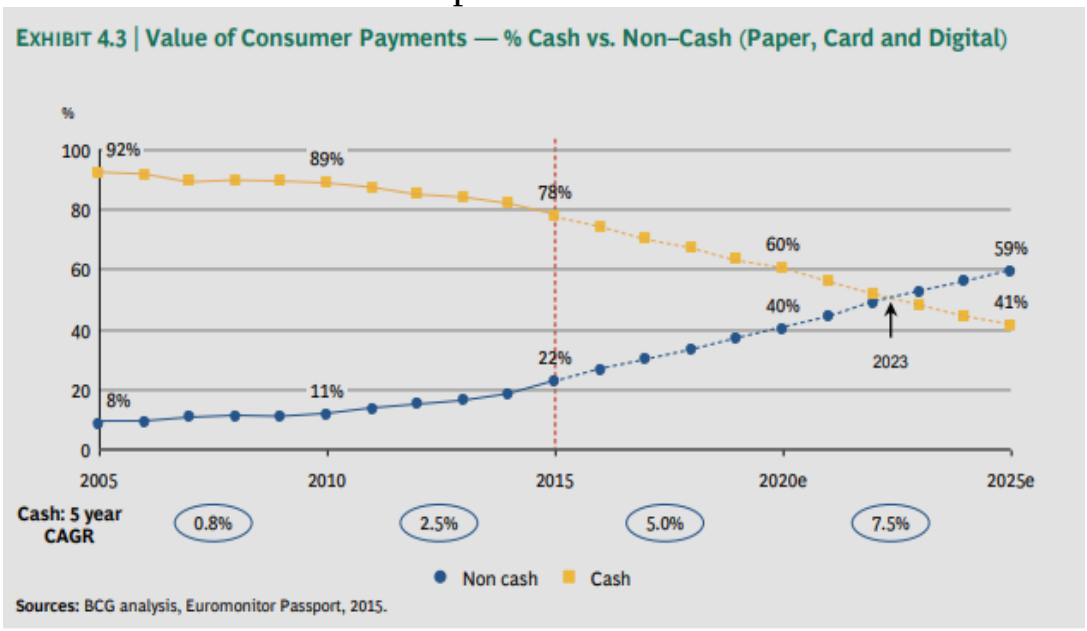
It is noted that in five regions of Russia, the share of non-cash payments exceeded 60% (last year, this figure was observed in only one region). The leader is still the Murmansk region, where 62,6% of goods and services were paid by card, the second and third places are the Republic of Komi (61,8%) and the Republic of Karelia (61,3%) [5].

Withdrawing cash from circulation allows you to reduce the number of robberies, fight financial crimes more effectively, save on servicing

banknotes and coins — processing electronic payments is significantly cheaper.

«We are seeing that economic growth is accelerating in countries where money is moving in electronic payments, and they are playing a more important role», — notes MasterCard chief operating officer Tim Murphy [4].

BCG Group has made a prediction for non-cash payments up to 2025 (Picture 2). They expect the trend of increasing penetration of non-cash payments to continue at a faster pace.




Picture 2 – BCG Group prediction about the ratio of cash to non-cash

The non-cash contribution for payment transactions is increase 40 percent today to 59 percent by 2025. Ratio of non-cash transactions will overtake cash transactions by 2023. [5]

In the modern world we see development of cashless society. The millennial generation (born after 1981) is almost a third of the World's population: 27%, or 2 billion people. The consumer behavior of Millennials has a significant impact on the formation of cashless society and the rejection of cash. [6] One of the main drivers of the growth of non - cash payments is new technologies. Cash is still the only thing that provides at least some anonymity for the user. However, the convenience and security of cashless payments is of great value in comparison with the anonymity of cash transactions. The transition to cashless payments is a natural process for the digital economy.

## References


1. Electronic payment systems in Russia [электронный ресурс] /Сайт Tidviser - URL:http://tadviser.com/index.php/Article: Electronic_payment_systems_in_Russia (date of request: 21.02.2021)
2. The Types Of Electronic Payments [электронный ресурс] // Сайт BlueSnap - URL:https://home.bluesnap.com/snap-center/blog/types-of-electronic-payment/ (date of request: 24.02.2021)
3. Статистика безналичных платежей в России за 2019 год [электронный ресурс] // Сайт Центрального Банка РФ - URL: https://cbr.ru/PRESS/event/?id=3887 (date of request: 24.02.2021)
4. Эволюция платежей: что заставляет людей отказаться от наличных [электронный ресурс] // Сайт РБК - URL: https://plus.rbc.ru/specials/page1905509.html (date of request: 21.02.2021)
5. Доля безналичных платежей в России за 2020 год [электронный ресурс] // Сайт ТАСС - URL: https://tass.ru/ekonomika/8188941 (date of request: 25.02.2021)
6. Bryliov A.A., Khapsirokova B.N., Guchetl S.K. Stereotypes in advertising. Find the balance //Экономика, финансы, проектное управление и социальная сфера России: императивы устойчивости: материалы региональной научно-практической конференции студентов и молодых учёных. Краснодар, 2018. С. 205-208.



**УДК 338.14**



***Минкина Д.А.,***
*студент 3 курса,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: darya.minkina@inbox.ru*

***Научный руководитель:***
***Гучетль С.К.,***
*старший преподаватель,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: SKGuchetl@fa.ru*

# Влияние пандемии COVID-19 на деятельность малого и среднего бизнеса в России

**Аннотация:** данная тема является актуальной в связи с последними событиями, происходящими в мире, которые стали серьезным испытанием для малого и среднего бизнеса. Статья включает обзор оценок и эмпирических обоснований негативного воздействия пандемии COVID-19 на деятельность малого и среднего бизнеса; анализ мер поддержки, предпринятых государством для малого и среднего бизнеса. Также в статье приведены примеры того, как предприниматели, используя креативность и сообразительность, смогли быстро перестроить свою деятельность под сложившуюся ситуацию.

**Ключевые слова:** малый и средний бизнес, пандемия, коронавирус, убытки, меры поддержки.

***Minkina D.A.,***
*student, 3rd year,*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail:darya.minkina@inbox.ru*

***Scientific adviser:***
***Guchetl S.K.,***
*Senior lecturer*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*Krasnodar, Russia e-mail: SKGuchetl@fa.ru*

# Impact of the COVID-19 pandemic on small and medium-sized enterprises in Russia

**Abstract:** this article is relevant in connection with the latest events taking place in the world, which have become a serious test for small and medium enterprise. The article includes a review of assessments and empirical justifications of the negative impact of the COVID-19 pandemic on the activities of SMEs; an analysis of the support measures taken by the

state, both for small and medium. The article also provides examples of how entrepreneurs, who using creativity and ingenuity, were able to quickly adjust their activities to the current situation.

**Keywords:** small and medium-sized businesses, pandemic, coronavirus, losses, support measures.

The coronavirus outbreak has not just severely impacted public health and well-being of people around the world, it has also affected behavioral patterns and daily routines. It has caused a ripple effect that's shaken the entire global economy. Like any major economic disruption, some industries will fail, and others will thrive [3].

The COVID-19 pandemic in Russia affected about 4,17 million companies and sole proprietors out of a total of 6,05 million, that is, up to 67% of small, medium and large enterprises and sole proprietors. Over the past year, 1,16 million small and medium enterprises closed in Russia, what is twice as large as a year earlier. According to the survey "Opinion of small and medium enterprises on government support measures during the coronavirus epidemic" there is the following information [2]:

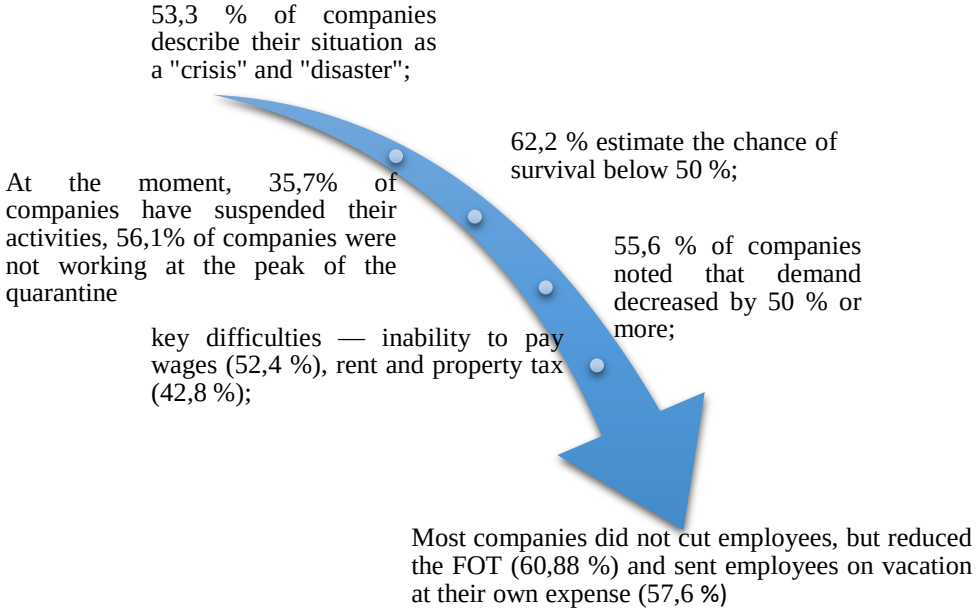



Figure 1- Results of the survey "Opinion of small and medium enterprises on government support measures during the coronavirus epidemic"

The Government has included 66 types of activities, ranging from cargo transportation to print publishing in the list of affected industries.
The most affected industries during the pandemic are [1]:

1. Tourism. The head of the Federal Tourism Agency - Zarina Doguzova - estimated the losses of the industry at 500 billion rubles. As a

result of the quarantine, the external borders were closed, travel around the country was restricted, so travel agencies, hotels and tour companies lost customers, primarily foreign ones;

2. Food service. The Rosstat research showed that the turnover of public catering during the quarantine period decreased almost twice compared to the same period in 2019. To compensate for some of the costs, restaurants and cafes worked on take-out and delivery. After the restrictions were lifted, summer verandas were opened in July, and halls were allowed to open in August and September, but with restrictions on the number of visitors and the requirement to follow the recommendations of the Russian Federal State Agency for Health and Consumer Rights;

3. Non-food products. In retail trade, the non-food sector suffered losses. According to Rosstat, in April, the industry's turnover decreased by 36,7 % compared to April 2019, which is more than 400 billion rubles. In May, the decline slowed to 19,2 %$

4. Cultural institutions. By the end of 2020, cinema's losses reached about 50 billion rubles, and theaters and museums lost about 8 billion rubles.

Also, according to the conducted surveys, 62% of enterprises didn't have a rainy-day fund, so they had to immediately optimize their expenses.

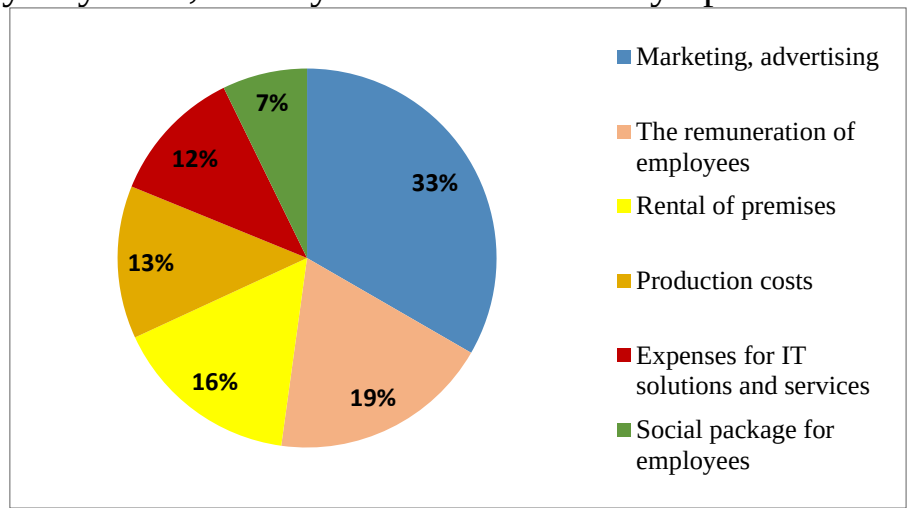



Figure 2 - Expenses reduced by entrepreneurs during the pandemic, %

The government included 66 OKVED codes in the list of affected industries, although the crisis affected 161 types of business. Because of this, only 25,9% of small and medium businesses could count on state assistance. But entrepreneurs tried to cope on their own: they optimized financial and human resources and even tried to launch new directions.

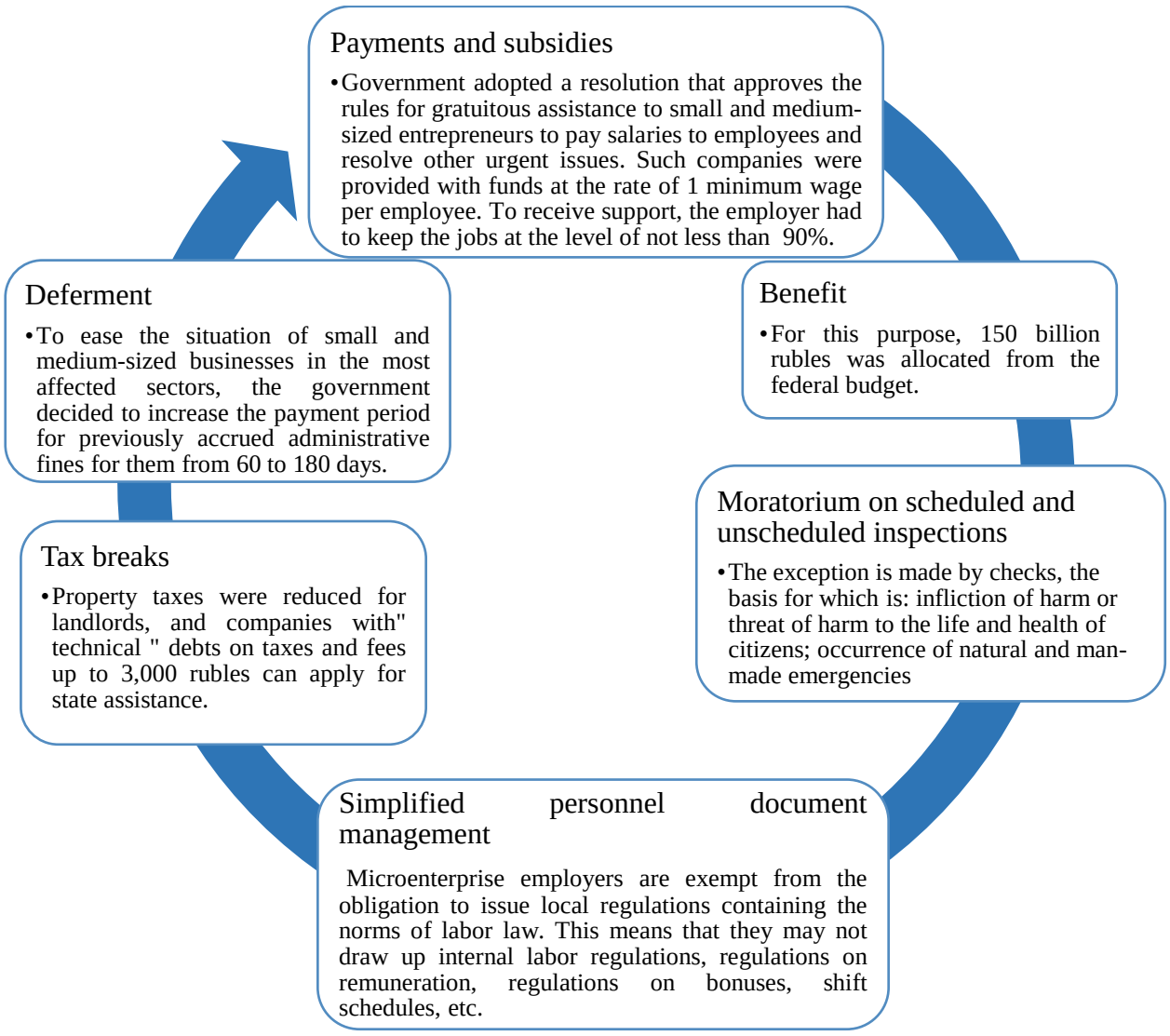



Figure 3- Government support measures for small and medium enterprises during the pandemic

In order to maintain business, entrepreneurs had to change their activities. For example, most of them switched to online trading. According to statistics, the audience of online stores has already increased by 15-17 million people in the spring. In order not to lose customers, entrepreneurs used various channels to sell products and provide services: groups in social networks and marketplaces. Let's look at some striking examples of how entrepreneurs, using a creative approach, were able not only to retain old customers, but also to attract new ones [4].

So perfume and cosmetics stores Sephora, Mary Kay, NYX Professional Makeup, L'Oreal Paris and many others have developed a digital application "Virtual Makeup" thanks to which customers have the

opportunity to choose beauty products from the comfort of home by simply applying virtual makeup to their faces.

Cosmetics brand MIXIT suspended the release of its traditional product line during the quarantine period, focusing on the fight against coronavirus. In two days, the company rewrote the formula of the previously produced antiseptic, increasing the alcohol content.

At Wildberries, sales of designer fabric masks (similar to medical masks) increased 12-fold (from March 16 to 22 compared to the same period last year), and at the clothing brand Bat Norton in March, sales of this accessory increased 10-fold.

Interesting projects appeared at the intersection of several business areas. Food delivery service Delivery Club together with the platform of psychological online consultations Sigmund online and the restaurant «A lot of Salmon» have developed a menu «Soulful dinner». When ordering a set from it, the user will receive not only delicious food, but also an online consultation with a psychologist. The invitation to the meeting is sent along with the sets called «Sometimes salmon is just salmon», «Unclosed Gestalt with avocado», «Introduction to Psychoanalysis. Tom Yam the First» and «Leave Me Poke».

The quarantine required special ingenuity from bars: many of them began to organize online meetings. One of the most creative was the bar "Do not disturb". It turned out that one of the bartenders working there is a history teacher by education. Taking advantage of this, the bar team launched a series of live broadcasts on Instagram, where the bartender told interesting facts from the history related to alcohol.

Thus, we can conclude that the pandemic has hit practically all sectors of the economy, but small and medium-sized businesses are almost in the most difficult situation. Before the crisis, most entrepreneurs were skeptical about creating stocks for a rainy – day fund, since there is an opinion that business should put money into circulation, and not save it. However, those companies that put all the funds into circulation without a balance faced such problems as the appearance of a large volume of receivables, the lack of funds to pay salaries to employees, and so on. In order to maintain their business, entrepreneurs need, first of all, to form a reserve of funds in case of unforeseen circumstances, and the amount of the reserve should cover the costs that the entrepreneur bears regardless of the availability of revenue and its volume, that is, fixed expenses (rent of premises, utilities, security services, communications, fixed insurance premiums, patent fees, loan payments, etc.) [5].

As a rule, the entrepreneur is well aware of the weaknesses of his business and understands how long the rainy – day fund may be needed. However, you need to approach this issue carefully. If the deadline is too short, the business may not have enough money to get out of a difficult situation and stay afloat. If the term is too long, then the long-term conservation of working capital will not allow the business to fully develop and grow. [6] Small and medium businesses are recommended to create a reserve for three to four months. If we talk about the crisis that was caused by the coronavirus, then the enterprises that had enough funds to survive three months of downtime were able to get out with the least losses and continue working.

## References


1. Russian business losses due to the pandemic [электронный ресурс] // URL: https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/pro_business/poteri-rossijskogo-biznesa-ot-koronavirusa/ (date of request: 24.02.2021)
2. Covid-19 implications for the business economy [электронный ресурс] // URL: http://doklad.ombudsmanbiz.ru/2020/7.pdf (date of request: 21.02.2021)
3. Support for small and medium businesses in connection with the coronavirus [электронный ресурс] // URL: https://мойбизнес.рф/novosti/news/podderzhka-malogo-i-srednego-biznesa-v-svyazi-s-koronavirusom (date of request: 21.02.2021)
4. Anti-crisis ideas tested by self-isolation [электронный ресурс] // URL: https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/pro_business/fyuchersy-na-kofe-rost-cen-na-30-procentov-iz-za-opasnosti-deficita/html (date of request: 22.02.2021)
5. Rainy–day fund for business [электронный ресурс] // URL: https://seeneco.com/ru/blog/finansovaya-podushka-bezopasnosti-dlya-biznesa-nuzhna-ili-net/ (date of request: 21.02.2021)
6. Боцоева А.В., Гучетль С.К., Кульбит Ю.С. О ресурсах цифровизации высшего образования в контексте перехода на инновационный уровень // Проблемы современного педагогического образования, Ялта, 2020. № 66-2. С. 59-62.

**УДК 316.622**

***Мягкова Д.А.,***
*студент 3 курса*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: dianamyagkova1107@yandex.ru*

***Научный руководитель:***
***Боцоева А.В.,***
*к. психол. н., доцент,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: annalobanova@bk.ru*

# Проблемы оказания кризисной помощи женщинам

**Аннотация:** в статье рассматриваются проблемы семейного насилия в отношении женщин, отмечается роль консультантов, психологов и социальных работников кризисных центров, государственных и общественных организаций, занимающихся проблемами психологической помощи и социальной адаптации жертв семейного насилия, а также рассматривается деятельность кризисных центров для женщин, находящихся в трудной жизненной ситуации в России.

**Ключевые слова:** кризисный центр; семейное насилие; психологическое насилие; реабилитационный центр; консультант кризисного центра.

***Myagkova D.A.,***
*student, 3 courses,*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: dianamyagkova1107@yandex.ru*

***Scientific Adviser:***
***Botsoeva A.V.,***
*Docent, Candidate of Science (Psychology)*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: annalobanova@bk.ru*

## On the problem of providing crisis assistance to women in Russia

**Abstract:** the article deals with the problems of family violence against women, notes the role of consultants, psychologists and social workers of crisis centers, state and public organizations dealing with the problems of psychological assistance and social adaptation of victims of family violence, and examines the activities of crisis centers for women in difficult life situations in Russia.

**Key words:** family violence; psychological violence; crisis center; rehabilitation center; crisis center consultant.

Россия-одна из немногих стран, которая до сих пор не приняла закон против домашнего насилия несмотря на то, что все чаще приходится слышать о женщинах, убитых или искалеченных своими мужьями, или о детях, подвергшихся насилию со стороны родителей. По статистике, 75% жертв домашнего насилия в России-женщины. По данным ВЦИОМА, каждая четвертая женщина в России сталкивалась с домашним насилием. 40% тяжких уголовных преступлений также совершается в семье — это уже данные МВД.

Движение против сексуального и бытового насилия в России, а также в США, Канаде и других странах возникло благодаря усилиям нескольких мужественных женщин

Первый приют в США для избитых женщин открылся всего 30 лет назад, а первая «горячая линия» - только 22 года назад.

Первые группы самопомощи для женщин, переживших сексуальное и партнерское насилие, появились в России в начале 1990-х годов.

150 — это количество кризисных центров в России. На отдельные ресурсы — например, на «Насилие.нет» - вы можете увидеть карты и списки кризисных центров.

Есть и светские, и религиозные организации, и государственные центры, но их меньшинство. Только 10% всех кризисных центров в России являются государственными. Наиболее известным из них является Московское Государственное бюджетное учреждение «Кризисный центр для женщин и детей». Но в этом центре есть ограничения: женщины без регистрации в столице и женщины с ВИЧ не могут обратиться за бесплатной помощью.

В Краснодаре существует 3 крупных кризисных центра помощи женщинам: «Краснодарский краевой кризисный центр помощи женщинам», в котором Количество свободных мест на февраль 2021 г. в стационарном отделении: 3 + 1 детская кроватка; а в чистой зоне - 11 + 1 детская кроватка; Кризисный центр помощи женщинам и детям «МИР», а также Кризисный центр помощи беременным женщинам и матерям с детьми «Светлая обитель».

Одна из важнейших задач кризисных центров — предотвратить ситуации, когда женщины боятся рассказывать, что происходит, именно на ранних этапах, и обращались в кризисные центры не дожидаясь побоев.

Петербургский «Кризисный центр» рассказывает о циклах и видах насилия, в том числе психологического, сталкинга, шантажа интимными фотографиями. Более того, кризисным консультированием (психологическим и юридическим) занимаются исключительно профессионалы. В этой области нет психологов-добровольцев. В результате около 21% запросов посвящены именно профилактике насилия. Например, женщина описывает свои отношения с партнером и спрашивает, токсичны ли они. Еще одна главная просьба — от друзей и родных: как помочь, если вы не специалист?

К сожалению, информации о кризисных центрах, в которые могут обращаться женщины, пострадавшие от домашнего насилия недостаточно - многие не знают об их существовании, не знают, какую именно помощь могут получить, или обращаются очень поздно, когда нужно не уходить, а бежать из семьи, пусть даже в одних только тапочках.

В кризисных центрах не всегда есть возможность проживания-некоторые учреждения предоставляют только профессиональные консультации (как правило, юристы и психологи) и помогают с трудоустройством.

А также учреждения, именуемые социальными квартирами, имеют ограничения, которые порой кажутся абсурдными. Для размещения в государственных социальных квартирах необходимы справки о состоянии здоровья и материальном положении. Женщине может быть отказано в помощи из-за болезней, из-за наличия или, наоборот, отсутствия детей. Государственные учреждения работают в будние дни, а не круглосуточно, а срок проживания в социальной квартире не должен превышать двух месяцев. Эти и другие требования существенно повышают порог доступности убежищ для женщин. К сожалению, в настоящее время это не является экстренным видом помощи.

Типичными чертами запросов периода пандемии 2020 года были следующие:

«Я не дозвонился до кризисного центра, вы можете мне помочь?». Поступали письма из других местностей и даже стран (Украина, Казахстан, Латвия, Эстония, Израиль). Во время самоизоляции многие социальные проекты сократили свои услуги, закрыли не только очные приемные или телефоны доверия, но и онлайн-приемные.

«Отношения с помещенной в карантин семьей испортились, я боюсь сломаться и стать обидчиком». Такие звонки и письма поступали как от женщин, так и от мужчин. Это, конечно, не «насильники-рецидивисты», а люди, которые считают насилие неприемлемым, но переживают, что внутри накапливаются раздражение и гнев. Хорошо, что они обращаются к психологам.

За последние 30 лет государство так ничего и не сделало для систематизированной защиты женщин от насилия.

В России закон «О профилактике семейно-бытового насилия» (более известный как «закон о домашнем насилии»), который вносился в Госдуму уже несколько лет подряд, до сих пор не принят. В Госдуме заявляют, что принятие данного закона «нанесет значительный ущерб конституционным правам граждан РФ и институту семьи в целом», а также что закон нежизнеспособен, его «невозможно использовать».

В то же время, благодаря развитию социальных сетей, все больше людей говорят о проблеме насилия. Появляются новые инициативы, в том числе кризисные центры. Одним из последних является московский проект «Крепость», который был запущен в карантин 2020 года движением «Гражданское общество». Он

позиционируется как «убежище для людей, страдающих от домашнего насилия или насилия, связанного с их идентичностью».

Кризисные центры для женщин, сталкивающихся с насилием в семье, находятся в дефиците по всей стране, в том числе в таких крупных городах, как Москва и Казань. На Северном Кавказе ситуация еще сложнее: убийства чести и похищения невест-обычное дело в регионе, а внебрачная беременность и сексуальные отношения не приветствуются.

Что делать, если полиция бездействует? Согласно Уголовно-процессуальному кодексу РФ, с заявлением о преступлении можно обратиться в любой территориальный орган МВД. Время и место совершения преступления значения не имеют. Если дело не является компетенцией полиции, то его все равно могут принять в МВД и впоследствии передать в другой орган. Если полицейский упорствует, необходимо позвонить по телефону горячей линии МВД 8 800 222 74 47 и сообщить об этом. После сообщения о преступлении проводится проверка. По закону она должна продлиться три дня после регистрации заявления. В исключительных случаях проверку продлевают еще на семь дней.

Создание кризисных центров для женщин, ставших жертвами насилия, - новое для российской практики, но исключительно полезное начинание. Миссия кризисного центра - оказание социально-психологической помощи и предоставление временного убежища женщинам-жертвам насилия.

Кризисный центр может оказать помощь женщине в различных формах. Один из них-телефон доверия. Цель телефонного контакта-выслушать, понять проблему, поддержать женщину, определить вид необходимой помощи и при необходимости организовать консультацию. Вторая форма работы кризисного центра - очное консультирование. При этом женщины общаются непосредственно со специалистами в той или иной области.

Важной формой помощи женщинам в кризисной ситуации является предоставление убежища - места, куда женщина может прийти, если ей угрожает опасность, насилие. В таком месте она может рассчитывать на одежду, еду и комнату. Цели пребывания женщины в приюте: иметь возможность чувствовать себя в безопасности; думать о своей жизни в будущем и принимать решение о дальнейших действиях.

Таким образом, именно работа кризисных центров для женщин помогает им стать более «сильными»: они могут получить информацию и помощь, юридические и психологические консультации, направление в медицинское учреждение и другие услуги.

## Литература

1 Жигунова Г. В. Причины насилия над женщинами в семье / Г. В. Жигунова, Н. О. Пономаренко // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки., 2015. № 2 (34). С. 137–144.

2 Сошникова И. В. Насилие — социальная опасность семьи / И. В. Сошникова, В. И. Шерпаев // Известия УрГЭУ., 2017. № 5 (43). С. 137–141.

3 Кризисные центры как система социальной поддержки населения / Е. А. Брачкова [и др.] // NovaInfo.Ru., 2016. Т. 1, № 47. С. 358–361 [электронный ресурс] // Сайт ООН // URL: https://www.un.org/ru/ (дата обращения: 01.03.2021)

**УДК 94/470**

***Рявкин З.З.,***
*студент 2 курса*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: zzyrik123@gmail.com*

***Научный руководитель:***
***Титоренко М.Ф.,***
*д. и. н., доцент*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: mtitorenko@yandex.ru*

## Проявления коллаборационизма на территории Краснодарского края в годы Великой Отечественной войны

**Аннотация:** в статье рассмотрено явление коллаборационизма, выявлены его причины, особенности проявления в Краснодарском

крае в годы Великой Отечественной войны, отражена необходимость исследования данного феномена в наши дни.

**Ключевые слова:** коллаборационизм, Великая Отечественная война, Кубань, предательство, казачество.

***Ryavkin Z.Z.,***
*student 2nd year,*
*Financial University under the Government of Russia*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: zzyrik123@gmail.com*

***Scientific adviser:***
***Titorenko M.F.,***
*Doctor of Science (History), Docent*
*Financial University under the Government of Russia*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: mtitorenko@yandex.ru*

## Collaboration in Kuban. Its scale and features

**Resume:** the article sets out the task of examining such a historical phenomenon as collaboration. Revealing its scale and historical features. Based on the work done, certain conclusions have been drawn that characterize this phenomenon regarding the history of the Kuban.

**Key words:** collaboration, the Great Patriotic War, Kuban, betrayal, Cossacks.

Термин «коллаборационизм» появился в XIX веке. Новое звучание он получил в годы Второй мировой войны, когда фашистами была оккупирована Франция. Так стали называть французов, сотрудничавших с нацистами. В ходе немецкой оккупации европейских государств данный термин получил широкое распространение. На международном уровне в настоящее время коллаборационизм рассматривается как государственная измена, сотрудничество с врагом. Вместе с тем среди ученых до сих пор ведутся дискуссии по поводу определения коллаборационизма, определения степени ответственности коллаборационистов перед государством и народом.

Среди современных историков, занимающихся вопросами коллаборационизма, существуют различные мнения. Кикнадзе В.Г. определяет коллаборационизм, как добровольное, осознанное сотрудничество с врагом, в его интересах и в ущерб государству. Однако, говоря о степени ответственности, он разделяет уровень влияния коллаборационизмов на ход военных и социальных событий, анализирует ущерб, нанесенный коллаборационизмом государству в целом и отдельным его представителям [1]. Б. Соколов же, имеет довольно интересный взгляд на данную проблему. Он считает изменой или предательством нарушение верности чему-то, отказ от принципов, которых ранее придерживался, то есть в подобном контексте нельзя называть предателями тех коллаборационистов, которые изначально не были верны Советской власти [2]. А. Мартынов видел в коллаборационизме вынужденное объединение с вражескими формированиями под страхом лишения собственной жизни или жизни близких [3]. Так или иначе, каждое из выше указанных определений и мнений имеет место быть. Каждый отдельный случай проявления коллаборационизма уникален и требует субъективной оценки.

Во время Великой Отечественной войны среди военнопленных оказалось около 5 млн советских военнослужащих, нацистами была оккупирована территория, на которой в общей сумме проживало свыше 80 млн человек. Условия, в которых содержались военнопленные в концентрационных лагерях были хуже, даже по сравнению с другими заключенными. Бывало, в течение недели им не давали даже глотка воды и кусочка хлеба. Жестокость, с которой захватчики относились к военнопленным, стала причиной миллиона жертв. В этих неимоверно тяжелых условиях часть военнопленных становилась на сторону нацистов, чтобы выжить. Однако были и другие причины сотрудничества с врагом: среди них отметим неприятие большевистской власти, национальный вопрос, стремление к сепаратизму, идейные противоречия и др., ставшие бомбой замедленного действия для Советской власти. Начало Великой Отечественной войны в этом случае стало своего рода детонатором.

Согласно статистике, численность коллаборационистов во время Великой Отечественной войны на оккупированной территории Советского Союза около 800 тыс. человек. Их деятельность рассматривается через призму националистических и мусульманских

организаций, в числе которых: Туркестанский комитет, Волжско-татарский комитет, Крымский центр и др.

Не обошло стороной явление коллаборационизма и Краснодарский край. В результате деятельности разведывательной агентуры НКВД на территории края было выявлено в общей численности 846 коллаборационистов (предателей родины) [4]. В их числе были люди, которых фашистское руководство назначало для контроля за населением и установления «нового порядка» на оккупированной территории (старосты, бургомистры, полицейские, диверсанты, шпионы). О случаях коллаборационизма сообщали и партизанские формирования. Согласно сведениям, полученным от партизанских отрядов, действующих на территории Краснодарского края, с сентября по ноябрь 1942 г., Центральным штабом партизанского движения были составлены списки предателей.

Происхождение и прошлое их различно. Среди них были уголовники, бежавшие от Советской власти, председатели сельских Советов. Например, известный бандит и дезертир Марраль был назначен старостой села Молдовановское. Кустари Ковалев и Бурлим стали старостами станицы Анинской. Бывшие руководители предприятий и хозяйственных органов, переметнувшиеся на сторону нацистов, руководствуясь инстинктом самосохранения и в погоне за материальными благами, нередко занимались административной работой. Так, бывший председатель колхоза Манжуле стал старостой в станице Крымской, то же случилось и с председателем революционной комиссии Александром Бобровым. Доверием оккупантов пользовались люди пострадавшие от советской власти. В их числе помощник старосты станицы Абинской Алексей Ковалев, работавший в артели Коопкожремонт (до оккупации осужденный на 10 лет по закону от 7 августа 1932 г.), староста станицы Апшеронской Калашников, освобожденный из заключения [5].

После освобождения Краснодарского края от оккупантов выявленные фамилии коллаборационистов вносились в специальные акты Чрезвычайной комиссии, которая в ходе расследования выявляла совершенные ими преступления. В списках предателей Родины, совершавших зверские преступления против своих земляков, оказалось 663 жителя Краснодарского края [6]. Эта группа отличалась неоднородностью. В их рядах оказались кулаки, дезертиры, бежавшие из красной армии, представители интеллигенции – врачи, учителя, работники культуры, и казаки,

пострадавшие от советской власти. Они выдавали фашистским извергам евреев, партийных работников, активистов, партизан. Были и те, кто писал доносы на бывших начальников, руководителей. В станице Крымской по доносу бухгалтера, работавшего в цехе питания, был расстрелян Климентий Францевич Бурсенов [7].

Разногласия на политической почве обостряли ситуацию среди местных жителей. Часть жителей радовалась приходу немецких войск, видела в них освободителей от советской власти и злосчастных репрессий, другая – придерживалась иной позиции. Жительница станицы Евдокия Цукарь выдала немцам коммунистов и партизан, находившихся на тот момент в станице. Елена Брус участвовала в грабежах и терроре населения вместе с полицией, а Алексей Понамарев выселял жителей из домов, ранее принадлежавших кулакам. В результате массовых доносов в августе 1942 г. были расстреляны 26 жителей аула Понежукай [8].

В начале войны активизировалась определенная часть казаков, презиравших советскую власть, стремившихся к суверенитету, созданию государства Казакия. Еще до начала ВОВ они искали поддержку у Великобритании, Польши, чуть позже переориентировались на Германию. Поддержка казаками Германии относилась, как правило, не к Третьему Рейху, а в целом к политике национализма, которая, по мнению лидеров казачества, им подходила. Казаки-националисты строили планы о создании особых подразделений и продвигали идею о Казакии.

Отметим, что изначально руководство Германии не собиралось использовать коллаборационистов в качестве военной силы, они самостоятельно создавали особые военные отряды и вели военные действия против СССР. К середине апреля 1942 г. Гитлер согласился на использование особых подразделений из числа казаков-националистов в рядах немецкой армии. По мнению ряда исследователей, это связано с тем, что на начальном этапе становления Гитлера, как политика, часть представителей казачества его поддержала. Видимо, поэтому он согласился «на принадлежность казаков к готам», а не славянам. На практике это было связано с тем, что гитлеровская Германия нуждалась в человеческих ресурсах, а представители казачества сумели показать преданность идеологии Германии. Отдельные подразделения, сформированные из представителей казачества, были вовлечены даже в деятельность спецслужб Третьего Рейха. В ходе диверсионно-разведывательной

деятельности в организации “Цеппелин” казаки-националисты осуществляли подготовку диверсантов. Во главе одного из таких подразделений стоял полковник Т. Хорошенко, его полк насчитывал около сотни диверсантов, подготовленных казачьими подразделениями [9].

Масштабы вовлеченности казаков в военные действия со стороны Германии была настолько велика, что немецкое командование предприняло ряд мер для классификации тех казаков, кто по собственной воле присоединился к нацистам, они носили преимущественно казачью форму и повязки с надписью: «На службе германских вооруженных сил», и тех казаков, кто относился к военнопленным, они носили преимущественно немецкую военную форму и повязку с лотарингским крестом [10].

Стоит отметить, что немецкое командование хоть и предпочло казаков в качестве союзников и пособников, тем не менее отношение к военнопленным среди них, не входившим в ряды немецких войск, было такое же ужасное, как и к другим военнопленным. Поэтому, выбирая между голодной смертью в концентрационном лагере и присоединением к нацистам, не многие выбрали первый вариант.

Однако, в рядах пленных казаков были и те, кто выступал ярым противником советской власти и при первой же возможности вступал в ряды нацистов. Ярким примером такого проявления сепаратизма и неприятия советской власти стал 82-й казачий полк под непосредственным командование кубанского казака Загородного М.

Первоначально он занимался конвоированием военнопленных, но после ряда успешно выполненных задач порученным ему немецким командованием он вскоре стал командиром казачьего эскадрона, состоящего из военнопленных. После ряда успешных операций во время военных действий Загородный высказал желание управлять казачьей армией в количестве 40 тыс. человек [11].

По мимо этого в состав немецкой армии входили довольно крупные казачьи подразделения. Во главе них стояли такие видные полководцы, как майор Э. Томсена, майор Э. фон Рентельна, полковник И. фон Юнгшульц, Леманн и фон Вольф. Большинство этих и других германских офицеров, которые так же командовали довольно крупными казачьими отрядами, достигавшими порой 2 тыс. человек были из рядов, так называемых, русских немцев и некоторые из них даже числились в красной армии [12].

В большинстве случаев германское руководство было вполне довольно добровольно сформированными частями немецкой армии, в рядах которых помимо казаков числились и другие эмигранты из советского союза. Оно отмечало их особенную эффективность во время охраны железных дорог и борьбы с партизанами. Особенно акцентировалось внимание на том какое активное внимание принимали казаки в карательных операциях.

Как известно из истории Кубань оказалась под немецкой оккупацией к сентябрю 1942г. В том числе по оккупацию попали территории терского и донского казачества. Существует огромное количество причин столь благосклонного отношения местного населения к оккупировавшим их немецким войскам. К таким причинам непременно стоит отнести репрессивную политику примиряемую по отношению к казачеству в двадцатые годы, страшный «голодный год», во время которого вся западная Россия испытывала острую нужду в продуктах питания, а также коллективизация. Именно поэтому многие казаки и жители Кубани перешли на сторону Германии, потому что видели в этом ликвидацию ненавистной большевистской власти, избавление от НКВД и возможность вернуть отнятое у них имущество [13].

Казаками уже во время оккупации создавались инициативные группы, преследовавшие националистические цели. К примеру, осенью 1942 года подобная группа была создана в Краснодаре. Ее целью было возрождение Кубанского казачьего войска. Во главе этой группы стояли Тарасенко Г. П. и Белый И. И. В процессе ее деятельности уже началась создаваться определенные информационные каналы, связывающие представителей казачества на Кубани и координирующие их деятельность, однако к этому моменту начались противоречия между националистами и нацистами. Казаки увидели суть нацизма, противоречащую их стремлениям и данная деятельность постепенно сошла на нет [14].

После освобождения Кубани от захватчиков бывшие старосты, бургомистры, начальники тюрем и др. коллаборационисты были задержаны за реальные преступления и преданы суду. Вместе с тем коллаборационизм в Советском союзе не достиг таких масштабов, как Европе, где действовали «Пятые колонны».

В заключение отметим, что проявления коллаборационизма имели различные причины. Одна из них - угроза собственной жизни или жизни близких, подобный коллаборационизм, на наш взгляд,

можно как-то оправдать, если это делалось для сохранения собственной жизни или близких, с наименьшим вредом для государства. Другая причина поддержки нацистов заключалась в политических убеждениях, третья – в стремлении к материальной выгоде и др. Причины, по которым люди отвернулись от собственного государства и встали на сторону врага, позволяют говорить о недостатках политической системы государства: в их числе репрессии, национальный вопрос, жесткая социальная политика и др. Считаем, что коллаборационизм сыграл негативную роль в Великой Отечественной войне, отдалил День победы. Рассмотрение заявленной проблемы связано с необходимостью воспитания патриотизма у современной молодежи, сохранения исторической памяти. Это делает актуальным исследование данного вопроса в наши дни, когда идет переписывание истории ВОВ и снижение роли СССР в уничтожении «коричневой чумы».

**Литература**

1. Коллаборационизм: патриоты или предатели? [электронный ресурс] // URL: https://www.noo-journal.ru (дата обращения: 24.02.2021).

2. Соколов Б. Советский коллаборационизм. Цена Победы [электронный ресурс] // Сайт Эхо Москвы // URL: echo.msk.ru (дата обращения: 28.02.2021).

3. Линец С.И. Северный Кавказ накануне и в период немецко-фашистской оккупации: состояние и особенности развития (июль 1942 – октябрь 1943 гг.). Ростов-на-Дону, 2003. 375 с.

4. См.: Степанова Л.Г. Коллаборационизм на Кубани во время немецкой оккупации: социальные истоки и проявления. По материалам Центрального штаба партизанского движения и Чрезвычайной комиссии [электронный ресурс] // Сайт Кубанского казачьего войска // URL: http://www.slavakubani.ru/kkv/history/1920-1989-ussr/kollaboratsionizm-na-kubani-vo-vremya-nemetskoy-okkupatsii-sotsialnye-istoki-i-proyavleniya-po-mater/ (дата обращения: 24.02.2021); Российский государственный архив социально-политической истории (РГАСПИ). Ф. 69. Оп. 1.Д. 748. Л. 21-21об.). С. 29.

6. Государственный архив Российской Федерации (ГА РФ). Ф. Р-7021. Оп. 127. Д. 1. Л. 200.

7. ГА РФ. Оп. 127. Д. 1. Л. 82; Оп. 16. Д. 460. Л. 234.

8. ГА РФ. Оп. 127. Д. 1. Л. 22, 66 и др.; Оп. 16. Д. 8. Л. 36.

9. См.: Ратушняк О.В. Казачье зарубежье как социально-исторический феномен [электронный ресурс]. URL: http://docspace.kubsu.ru/docspace/handle/1/1173 (дата обращения: 28.02.2021); (Центральный архив Министерства обороны РФ (ЦАМО РФ). Ф. 406/407. Оп. 9839. Д. 38. Л. 79.

10. Там же.

11. См.: Ратушняк О.В. Указ. соч.; РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 125. Д. 165. Л. 41.

12. Ланнуа де Ф. Казаки Паннвица, 1942-1945. Москва, 2007. С. 17.

13. См.: Двинов Б. Власовское движение в свете документов. Нью-Йорк, 1950. С. 23-24; Пятницкий В. И. Казаки в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. М., 2007. С. 62.

14. См.: Журавлев Е.И. Гражданский коллаборационизм в годы немецко-фашисткой оккупации (1941-1943 годы): на материалах Юга России [электронный ресурс]. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/grazhdanskiy-kollaboratsionizm-v-gody-nemetsko-fashistkoy-okkupatsii-1941-1943-gody-na-materialah-yuga-rossii/viewer (дата обращения: 24.02.2021); Ямпольский В.П. Черные дела «белого движения» // Военно-исторический журнал. 1995. № 5. С.81-87.

**УДК 34.02**

***Текучева А.И.,***
*студент 1 курса,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: tekucheva.a@bk.ru*

***Научный руководитель:***
***Иваненко Т.А.,***
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский Филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: ivanenko82.82@mail.ru*

## Влияние цифровизации на реализацию прав человека

**Аннотация:** в связи с глобальными метаморфозами, обусловленными цифровизацией современного общества, большая роль должна уделяться и проблемам реализации отдельных конституционных прав человека. В статье дан анализ отдельным статьям Конституции Российской Федерации в свете трансформации их в информационном обществе.

**Ключевые слова:** Интернет, информация, информационное общество, конституционные права человека, цифровизация.

***Tekucheva A.I.,***
*student, 1st year,*
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: tekucheva.a@bk.ru*

***Scientific Adviser:***
***Ivanenko T.A.,***
*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)*
*Krasnodar, Russia*
e-mail: *ivanenko82.82@mail.ru*

## The Impact of Digitalization on the Implementation of Human Rights.

**Abstract:** in connection with the global metamorphoses caused by the digitalization of modern society, a great role should be given to the problems of the implementation of certain constitutional human rights. The article provides an analysis of individual articles of the Constitution of the Russian Federation in the light of their transformation in the information society.

**Keywords:** Internet, information, information society, constitutional human rights, digitalization.

Современная концепция прав и свобод человека начала складываться еще в XVIII веке и постепенно расширялась.

Появившиеся права на свободу мысли, высказываний, собраний, в XIX веке дополнились политическими правами. В начале XX века все внимание было сконцентрировано на социальных правах. Их укоренению способствовало развитие демократии.

Фундаментом правовой системы в демократическом обществе стал комплекс неотчуждаемых прав человека. Они закреплены во второй главе Конституции Российской Федерации: в статьях 20-28 личные права и свободы (право на жизнь, свободу и личную неприкосновенность, свободу передвижения), в 29-33 политические (свобода мысли и слова, информации, право проведения публичных мероприятий, на участие в управлении делами государства), в 34-44 социальные, экономические и культурные (свобода творчество, право на предпринимательство, частную собственность, свободный труд, отдых) [1].

В середине XX века, в связи с появлением компьютеров, их непосредственным внедрением в отдельные процессы жизни человека, развитием информационных и цифровых технологий, появилось информационное общество. По определению академика В. А. Извозчикова понятие «информационное общество» обозначает «общество, во все сферы жизни и деятельности членов которого включены компьютер, другие средства информатики в качестве орудий интеллектуального труда» [2].

И все чаще в нашем лексиконе звучат слова электронная демократия, электронное правительство, цифровая экономика, криптовалюта IT-технологии и т.д.

Нарастающая информатизация и глобализация, возникновение новой технологической реальности подняли вопрос об упорядочении правоотношений и адаптации модели правового регулирования под современные реалии.

Развитие и модернизация общества предполагает изменение его потребностей, определение прав в информационной сфере, их адаптации под новые цифровые условия жизни граждан развитых стран.

В XXI веке проблема реализации (их обеспечения не только в офлайн-среде, но и онлайн-среде) прав человека в условиях информатизации как никогда актуальна, так как вероятность разрушения частной жизни как людей, так и организаций посредством информационно-коммуникационных технологий достаточно велика. На данном этапе исследования мы рассмотрим

изменения в правовом регулировании обеспечения защиты в информационном обществе некоторых конституционных прав человека, которые наиболее подвержены процессам информатизации, поподробнее.

I. Право на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну, защиту своей чести и доброго имени, закрепленное в ст.23 Конституции РФ.

В современном мире практически у каждого гражданина есть доступ в Интернет. Цифровая среда развивается, следовательно, появляются новые проблемы с реализацией защиты частной жизни. Пользователи, оставляющие персональные данные в Интернете, автоматически подвергают себя риску. Например, данные банковских карт, могут использоваться мошенниками для хищения денежных средств в момент купли-продажи через социальные сети. А с помощью паспортных данных злоумышленники могут оформить микрозаем в Интернете.

Несмотря на появление более искусных способов нарушения прав граждан с использованием цифровых и информационных технологий, имеются и положительные моменты.

Цифровые технологии в настоящее время дают много возможностей и для поиска пропавших людей по геолокации телефонов. Но как осуществлять данную процедуру и не допустить нарушение основных прав на нераспространение сведений о частной жизни? В 2019 году были внесены изменения в Федеральный закон "Об оперативно-розыскной деятельности" [3], которые упростили возможности в поиске пропавших детей с использованием данных их мобильных устройств. Теперь органы смогут по заявлению родителей получить информацию о соединениях абонентского устройства, находящегося у несовершеннолетнего, доступ к данным геолокации гаджета ребенка, что серьезно ускорит его розыск.

На данный момент возможность использования мобильных устройств в поиске взрослых людей также рассматривается Государственной Думой РФ на уровне проекта закона о внесении изменений в ФЗ «О связи» [4].

II. Рассматривая вопрос об информатизации в правовой сфере, обратимся к статье 33 Конституции РФ: «Граждане Российской Федерации имеют право обращаться лично, а также направлять индивидуальные и коллективные обращения в государственные органы и органы местного самоуправления».

В информационном обществе в условиях демократической политической системы государства необходима возможность взаимодействия власти с гражданами в онлайн-пространстве. Назревает вопрос об использовании Интернета в качестве прогрессивного инструмента для реализации конституционных прав граждан.

На сегодняшний день наиболее популярный способ подать электронное обращение на предоставление государственной услуги через сеть – федеральная государственная информационная система «Единый портал государственных и муниципальных услуг» («Госуслуги»). И не случайно, ведь это очень удобно. Пользователь может зарегистрироваться на сайте онлайн или скачать мобильное приложение. Далее ему предоставляется широкий перечень государственных услуг, которые можно получить, не выходя из дома. К примеру, государственная регистрация юридического лица при его создании или реорганизации, получение права на управление транспортным средством, паспорта гражданина РФ или загранпаспорта, оплата штрафа ГИБДД и многое другое.

Но пандемия внесла свои коррективы, поспособствовав внедрению на базе Единого портала государственных и муниципальных услуг в 2020 году пилотного проекта - платформы обратной связи (ПОС), благодаря которой стало возможным направлять обращения в государственные и муниципальные органы по широкому спектру вопросов, а также участвовать в опросах, голосованиях и общественных обсуждениях.

Помимо упомянутого выше портала существуют и другие иные источники, а именно официальные сайты органов власти, представляющих и не предоставляющих услуги посредством онлайн-среды, а также интернет-портал «Ваш контроль».

По данным международной компании BCG Россия в 2019 году заняла 9 место в топе 10 стран по интенсивности использования цифровых государственных услуг, а темпы роста числа пользователей достигли 42%. И этот показатель растёт в настоящее время [5]. По версии «РИА-Новости» в 2020 году процент граждан, использующих «Госуслуги» достиг 70. Данный факт свидетельствует об увеличении доверия граждан к новым технологиям в правовой сфере. Это дает возможность реализации потенциала искусственного интеллекта в России в полном объеме [6].

Для пользователей, сталкивающихся с трудностями в подаче электронных обращений, существует горячая линия сайта, которая более доступно и понятно для граждан, не знающих аспектов составления и подачи своих обращений, а также для граждан-пенсионеров, не привыкших к пользованию Интернет-ресурсами, преподносит информацию.

III. Цифровизация затронула и конституционное право на труд (ст. 37 Конституции РФ), трансформировав привычный способ занятия трудовой деятельностью, на возможность реализации данного права в онлайн-среде.

В первой половине 2020 года в Российской Федерации началась пандемия и практически всех трудоспособных граждан экстренно стали переводить на удалённую работу, усилился процесс информатизации труда. Без цифровизации данный процесс был бы невозможен. По рабочему графику с работником имеет право связываться работодатель, требовать отчеты о результатах проделанной работы с помощью сетей связи общего пользования, информационно-телекоммуникационных сетей.

Также цифровизация создает динамику трансформации рабочих мест и в стационарном режиме. Появление новых продуктов научно-технического прогресса требует постоянного повышения квалификации работников, приобретение ими навыков пользования новым программным обеспечением и владеть автоматизированными техническими процессами. Данный факт предполагает быстрое переобучение работников или их замену на тех, кто таковыми умениями уже владеет

Таким образом, информатизация создает спрос на высококвалифицированных сотрудников, особенно в компьютерной сфере. Например, профессия программиста является достаточно востребованной на рынке труда.

IV. Также согласно ст. 43 Конституции РФ, каждый имеет право на получение образования, государством гарантируется его доступность и бесплатность.

Цифровизация в образовании - это и модернизация, и развитие системы образования с учетом основных направлений социально-экономического развития РФ, активное использование сети Интернет в учебном процессе, формирование цифрового-образовательного пространства, внедрение новых технологий для обучения.

Процесс обучения, используемые методы и подходы непрерывно развиваются.

Все это расширяет возможности по реализации права на образование, делая его доступным.

Уже сейчас информационно-образовательная среда обеспечивает возможность доступа к электронной библиотеке и электронным учебным материалам образовательного учреждения, формирования портфолио обучающихся онлайн, фиксацию успеваемости на сайте, а также применение дистанционных образовательных технологий для реализации электронного обучения.

В связи с пандемией 2020 года вопрос применения информационных технологий в обучении встал наиболее остро. Государство было подстегнуто к формированию нового вектора подачи образовательных программ, взамен традиционного. Это было и актуально, и широко поддерживалось государством. Стал необходим вариант дистанционного обучения и использование информационно-коммуникационных технологий для всех образовательных учреждений.

Дистанционное обучение предполагает взаимодействие преподавателей с обучающимися в большинстве своем посредствам Интернета. Однако, не во всех регионах России доступен выход в сеть на должном уровне. Также не все граждане имеют финансовую возможность приобрести технику, позволяющую получить доступ в Интернет. Задача государства - обеспечить граждан равным доступом к получению образования при любых условиях.

Образовательные сервисы не охватывают всю школьную программу, происходят различные сбои в работе программ, где проводятся онлайн-занятия, хакерские атаки, намеренно срывающие процесс обучения – данные проблемы привели к жалобам на низкий уровень онлайн-получения образовательного контента. Именно поэтому дистанционное обучение не заменит традиционное, пока посредством информационных инноваций не будет обеспечен контроль за образовательным процессом.

Для борьбы с вышеперечисленными проблемами 17 декабря 2020 года был внедрен пилотный проект «Цифровая образовательная среда» (ЦОС). В школах 14 регионов России планируется провести высокоскоростной интернет, а также обеспечить их компьютерами. Онлайн-обучение будет проходить на одной платформе с использованием российского программного обеспечения.

Эксперимент будет длится до конца 2022 года, а к 2024 году ЦОС будет внедрена по всей стране [7].

Большинство случаев цифровизации конституционных правоотношений носит сугубо дополняющий характер в сравнении с традиционным правовым регулированием. Но информационные технологии развиваются и проникают во все сферы жизни, а вместе с этим возникают и новые правовые институты, и системы.

Цифровизация конституционных прав человека – это неизбежный и прогрессивный процесс. Она охватывает все области жизни. Права человека и гражданина являются фундаментальными и затрагивают каждого гражданина той или иной демократической страны. Они должны соответствовать времени и трансформироваться под условия нарастающей информатизации и развития информационного общества.

Эволюция права под новые цифровые условия жизни – стимул, позволяющий расширить область взаимодействия конституционных прав с другими правовыми институтами в Российской Федерации. А государство должно обеспечить безопасность реализации гражданами своих прав в информационном пространстве, потому что соблюдение и защита конституционных прав граждан – это его обязанность.

## Литература

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) [электронный ресурс] // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения: 24.02.2021)

2. Извозчиков В.А. Концепция педагогики информационного общества // Наука и школа, 2009. № 1. С. 22-34.

3. Федеральный закон "Об оперативно-розыскной деятельности" от 12.08.1995 N 144-ФЗ [электронный ресурс] // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7519/ (дата обращения: 24.02.2021)

4. Федеральный закон "О связи" от 07.07.2003 N 126-ФЗ [электронный ресурс] // URL: http://www.consultant.ru. (дата обращения: 25.02.2021)

5. Международная компания, специализирующаяся на управленческом консалтинге BCG [электронный ресурс] // URL:

https://www.bcg.com/ru-ru/press/13mar2019-citizens-perspective-on-ai (дата обращения: 24.02.2021)

6. Волин А. Более 70% россиян пользуются порталом Госуслуг // Сайт РИА Новости [электронный ресурс] // URL: https://ria.ru/20200830/gosuslugi-1576488427.html (дата обращения: 21.02.2021)

7. Кравцов С. Цифровая образовательная среда получила государственную гарантию качества // Сайт Минпросвещения России [электронный ресурс] // URL: https://edu.gov.ru/press/3233/cifrovaya-obrazovatelnaya-sreda-poluchila-gosudarstvennuyu-garantiyu-kachestva/(дата обращения: 28.02.2021)

8. Карасев А.Т., Кожевников О.А., Мещерягина В.А. Цифровизация правоотношений и ее влияние на реализацию отдельных конституционных прав граждан в Российской Федерации [электронный ресурс] // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-pravootnosheniy-i-ee-vliyanie-na-realizatsiyu-otdelnyh-konstitutsionnyh-prav-grazhdan-v-rossiyskoy-federatsii/viewer (дата обращения: 28.02.2021)

**УДК 433**

***Шаронова К.С.,***
*студент 1 курса,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: ksenyasharonov@gmail.com*

***Научный руководитель:***
***Титоренко М.Ф.,***
*Заведующий кафедрой, д.и.н., доцент,*
*Финансовый университет при Правительстве РФ*
*(Краснодарский филиал)*
*г. Краснодар, Россия*
*e-mail: mtitorenko@yandex.ru*

## Знание истории в современной России: деградация молодых людей или оплошность системы образования?

**Аннотация:** в статье ставится задача поиска проблем в усвоении курса общей истории в учебных заведениях и возможные варианты их устранения.

**Ключевые слова:** история, знания, основное образование, дополнительное образование, молодые люди.

***Sharonova K.S.,***
*student, 1st year,*
*Financial University under the Government of the Russian Federation*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: ksenyasharonov@gmail.com*

***Scientific Adviser:***
***Titorenko M.F.,***
*Head of the Department, Doctor of Historical Sciences, Associate Professor*
*Financial University under the Government of the Russian Federation*
*Krasnodar, Russia*
*e-mail: mtitorenko@yandex.ru*

## Knowledge of history in modern Russia: degradation of young people or an oversight of the education system?

**Abstract:** the article sets the task of finding problems in mastering the course of general history in educational institutions and possible options for their elimination.

**Key words:** history, knowledge, basic education, additional education, young people.

В последние десятилетия наблюдается серьезный сдвиг парадигмы в функционировании общества, потребителей огромного количества данных, получивших доступ к передовым технологиям. Однако, несмотря на научно-технический прогресс, российское образование все чаще сталкивается с нарастающей проблемой исторической неграмотности населения, а вместе с ней потерей исторической памяти, исторического сознания. И здесь стоит отметить, что подразумевается не всемирная история, а история России, в основном затрагивающая события XX в.

Для объективной оценки сложившейся ситуации приведем результаты опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения в 2017 г., в котором приняли участие 1200 человек. Свои знания по истории 47% опрошенных оценивают, как недостаточные, несмотря на осознание их важности (96%). Представляет интерес опрос по возрастным категориям. Молодежь в возрасте от18 до 24 лет, отвечая на вопросы о знании истории России, показала следующие результаты: «очень хорошо» -2%, «хорошо» - 36%, «плохо» - 43%, «очень плохо» - 13%, затруднились ответить – 6%. Следующая категория опрошенных была представлена возрастами от 25 до 34 лет, при этом показатели тоже неутешительные: «очень хорошо» -1%, «хорошо» - 33%, «плохо» - 56%, «очень плохо» - 6%, затруднились ответить – 4% [1].

Полученные результаты отражают низкий уровень знания истории своей Родины, отсутствие интереса к прошлому у молодого поколения. Где же кроются истоки отсутствия интереса к истории своей малой и большой Родины, истории своего рода, семьи и др.? Школа закладывает базовые представления об истории России с 1-го по 11-й классы. Вместе с тем «История» незаслуженно носит ярлык «скучного» предмета. Может быть, методика ее преподавания требует пересмотра, или материалы учебников построены крайне неудачно? В данном исследовании попытаемся рассмотреть причины столь неуважительного отношения к истории. На наш взгляд, эта тенденция характерна и к другим гуманитарным дисциплинам.

Согласно Федеральным государственным образовательным стандартам, в средней школе основными считаются 9 предметов. Их количество может колебаться от 35 до 40 в зависимости от специализации и углубленности учебной программы. При этом каждый учитель зачастую убежден в важности преподаваемого предмета. Кроме того, у современных школьников отсутствует историческое мышление, из-за чего огромное количество дат, фамилий и терминов превращаются в сумбурное скопление сухой информации. Для того, чтобы знание перешло в долгосрочную память требуется создание эмоциональной связи с темой. Школьникам хочется узнавать историю своего государства не с перспективы понятий - «провёл реформы», «укрепил армию», «проводил внешнюю политику», - а с точки зрения его личных проблем. В более осознанном возрасте (13-14 лет), следует формировать мышление благодаря первоначальному фундаменту

представлений о событиях. Такая методика вполне реальна благодаря цикличному прохождению курса истории в школах. Но ограниченность времени для истории вынуждает учителей предоставлять только один источник информации с комплексом наиболее значимых сведений [2].

Чтобы развить у обучаемых умение пользоваться информацией, нужно систематически предоставлять несколько источников, проводить дискуссии, круглые столы, ролевые игры и др. на уроках. Президент В.В. Путин придерживается иной позиции, подчеркивая необходимость разработки единого учебника по истории России, так как значительная их часть содержит «идеологический мусор». Соглашаясь с указанной точкой зрения, считаем возможным дополнить ее изданием нескольких учебных пособий, включающих различные источники информации и различные точки зрения авторов. Выпускников школ нужно учить критически мыслить и оценивать накопленные человечеством культурные ценности, используя как школьные пособия, так и современные научные исследования.

История является сложной наукой. Одно неверное слово может исказить суть целой эпохи, поэтому учителям приходится тщательно выбирать информацию, с одной стороны интересную, с другой стороны, соответствующую программным требованиям. Наряду с этим учитель обязан подготовить ученика к ОГЭ, ЕГЭ, региональным олимпиадам, от которых зависит рейтинг школы. Кроме того, надо написать поурочные планы, проверить тетради, поддерживать связь с родителями и др. Согласно статистике, в 2019 г. около 46,2% учителей работают на полторы ставки, а 13,8% на две. Средний возраст учителей составляет 52 года. Молодежь считает профессию учителя, да и преподавателя высших учебных заведений не престижной из-за низкой заработной платы и высоких требований, положения в обществе, незащищенности [3]. По состоянию на 09.03.21 г., по профессии Преподаватель ВУЗа в Краснодаре открыто 22 вакансий на портале по трудоустройству Trud.com. Для 54.5% открытых вакансий, работодатели указали заработную плату в размере 14.5+ руб. 18.2% объявлений с зарплатой 19.6+ руб., и 13.6% с зарплатой 24.7+ руб. К основному заработку могут прибавляться премии и выплаты за научно-исследовательскую деятельность, но перешагивать планку в 40+ руб. удается только в случаях, помимо всего перечисленного, дополнительной ставки, кураторства или

должности заведующих кафедрой. При этом по профессии Репетитор в Краснодаре 55 вакансий, заработная плата выплачивается в размере 22.0+ руб. 20% объявлений с зарплатой 34.0+ руб., и 16.4% с зарплатой 28.0+ руб. Сравнивая обе диаграммы мы можем заметить разницу средней заработной платы всего лишь в 2856 руб. с перевесом на вакансии Преподаватель ВУЗа в Краснодаре. А также разницу в максимальном количестве вакансий, которая у преподавателей находится на 17.0+ руб., у репетиторов на 22.0+ руб. [4].

Хотелось бы остановиться на проблемах изучения истории в высших учебных заведениях. История относится к предметам гуманитарного цикла в непрофильных вузах, курс которой направлен на формирование общекультурной компетенции, позволяющей решать профессиональные и социальные задачи. Блок данной науки наиболее полно аккумулирует приобретенный социальный опыт человечества за весь период существования. Исходя из требований ФГОС 3+ дисциплина «История» её следует рассматривать в роли необходимого звена в формировании личности специалиста. Причинами плохого усвоения вузовской программы могут являться: отсутствие узконаправленного курса истории в соответствии с профессиональной направленностью программы обучения студента, малочисленная историческая проектная деятельность, недостаточная работа с историческими источниками, ограниченное количество аудиторных часов работы. Стоит заметить, что проблемы школьной и вузовской истории являются довольно схожими.

Здесь приходят на ум слова Ницше о том, что «отдельный человек не в силах наверстать то, чего не дала школа [5]. Для студентов стремление к знаниям должно стать внутренней потребностью, а этому, как известно, нельзя научить. Главная задача образования, чтобы человек нашел себя, оказался на своем месте. Эффективность обучения зависит от стремления к знаниям, интеллектуальному и духовному росту. Кроме того, не стоит забывать о том, что гуманитарные дисциплины, в первую очередь история, делают человека человеком [6]. На исторических примерах люди воспитываются в уважении к вечным, непреходящим ценностям: миру, добру, справедливости. Поиски истины в истории – сложный и трудоемкий процесс, требующий понимания этого процесса.

Знание истории позволяет яснее понять современность, получить целостное видение исторического процесса. Являясь социальной памятью человечества, копилкой его опыта, история передает опыт от одного поколения к другому [7].

На данном этапе исследования стоит обратиться к опыту предыдущей системы образования. Президент Джон Кеннеди в свое время высказался о советском образовании, как о лучшем в мире, но почему школьники того времени лучше усваивали знания? Если перейти к сравнению учебной литературы, то точные предметы (математика, физика, астрономия, география) на самом деле являются качественными и авторы А.В. Перышкин, Ю.Н. Макарычев, А.В. Погорелов, Г.Е. Рудзитис и др. используются до сих пор, но гуманитарные (литература, история, обществоведение, ИЗО) значительно уступают. Главная проблема кроется не в идеологическом пропагандировании, а в сути преподавания и отсутствие гибкости методик, которые были за пределами опыта учителей-новаторов. Однако, такое начетничество окупалось количеством кружков и секций, где скованная школьная и относительно свободная внешкольные системы дополняли друг друга. В современном мире Российское законодательство не гарантирует бесплатное дополнительное образование, из-за чего большинство юных умов все чаще предпочитают взаимодействие с виртуальным, а не реальным миром.

Считаем, что образовательная система не успевает обновляться, учитывая количественный скачок инноваций в области информационных и коммуникационных технологий. Мобильные и вычислительные устройства быстро стали популярными и в образовании, и в повседневной жизни. Сегодня с помощью гаджетов можно быстро найти практически любую информацию с помощью Интернет-ресурсов. Однако их использование является весомой причиной для беспокойства. Исследователи выявили возможные побочные эффекты: использование смартфона коррелирует с более интуитивным и менее аналитическим мышлением, с их использованием растет гиперактивность, сбой внимания, повышенная раздражительность, снижается умственная работоспособность и долговременная память [8].

Таким образом, высказанные положения иллюстрируют, что нужно отдавать предпочтение не сохранению старого или радикальным переменам, а плавному вхождению нового в сочетании

традиционных и инновационных методов. И компромиссом в проблеме фрагментированных исторических знаний может стать дополнительное образование. Повышенное внимание к дополнительному образованию наблюдается во всем мире. Граждане заинтересованный расширить границы системы и формализма. Опираясь на более широкую точку зрения мы можем увидеть преображение модели образования. От «универсальной» к «непрерывной и персонализированной». Теперь люди нуждаются не в общедоступном стандартном наборе образовательных услуг, а в обеспечении государством условий для реализации инициатив «снизу», строящейся на интересах и мотивациях обучающихся. Создание бесплатных кружков и секций тяжело реализуемый проект в рамках больших территорий России и нестабильной эпидемиологической ситуации. Однако, эффективность и высокие оценки потенциала дополнительного образования, которые увеличивают ценность человеческого капитала, были уже исследованы в рамках докладов международных конференций и аналитических организаций.

## Литература

1. Всероссийский центр изучения общественного мнения / Инициативный всероссийский опрос «ВЦИОМ-Спутник», 2017. [электронный ресурс] // URL: www.wciom.ru

2. Федеральные государственные образовательные стандарты (ФГОС) [электронный ресурс] // URL: https://fgos.ru/

3. РАНХиГС: Мониторинг эффективности школы «Учителя российских школ: проблемы и перспективы». М., 2019. № 3-8. С. 11-18. [электронный ресурс] // URL: https://www.ranepa.ru/images/News/2019-07/08-07-2019-monitoring-ef-shkol.pdf

4. Официальный сайт Trud.com [электронный ресурс] // URL: https://www.trud.com/

5. Торосян В.Г. История образования и педагогической мысли. - М., 2006. С. 325

6. Орлов А.С., Георгиев В.А., Георгиева Н.Г., Сивохина Т.А. История России: учебник. М.: Изд-во МГУ им. М.В. Ломоносова, 2020. С. 4

7. Методические рекомендации об использовании устройств мобильной связи в общеобразовательных организациях (утв. Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека и Федеральной службой по надзору в сфере образования и науки от 14 августа 2019 г. №№ МР 2.4.0150-19/01-230/13-01) [электронный ресурс] // URL: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72516130/

8. Косарецкий С.Г., Абанкина И.В., Мерцалова Т. А. и др. / Аналитический доклад о состоянии системы дополнительного образования детей в Российской Федерации в условиях реализации Концепции развития дополнительного образования детей. М., 2017. С. 52-53. [электронный ресурс] // URL: http://www.eseur.ru/Files/file6096.pdf

Материалы научно-практической конференции

# Экономика, финансы, проектное управление и социальная сфера России: императивы устойчивости

научно-практическая конференция на региональной площадке Краснодарского филиала Финуниверситета в рамках второго этапа XII Международного научного студенческого конгресса
г. Краснодар, 11-15 марта 2021 г.

---

Текстовое электронное издание

ISBN 978-5-91221-574-2

Издательство: Краснодарский ЦНТИ – филиал ФГБУ «РЭА» Минэнерго России
350058, г. Краснодар, ул. Старокубанская, 116-а