

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

**Сборник статей по материалам 8–ой Межрегиональной
научно-практической конференции молодых ученых
(18 мая 2022 г)**

КАЛУГА – 2022

ББК 65.04
УДК 332.1
А 43

Печатается по решению
Оргкомитета конференции

Актуальные проблемы теории и практики развития цифровой экономики региона: сборник научных статей по материалам 8-й межрегиональной научно-практической конференции молодых ученых / под редакцией Матчинова В.А., Сусяковой О.Н. - Калуга, 2022. – 566 с.

ISBN 978-5-6048285-1-9

В сборник включены статьи по результатам работы 8-ой международной научно-практической конференции молодых ученых «Актуальные проблемы теории и практики развития цифровой экономики региона», прошедшей в Калуге 18 мая 2022 года.

Сборник предназначен для студентов, магистрантов, аспирантов экономических специальностей, преподавателей высших учебных заведений экономического профиля, специалистов, занятых в производственных и экономических структурах.

© Авторы, 2022
© Финуниверситет, 2022

Содержание

Проблемы социально-экономического развития региона: история и современность	
<i>Абрамова Кристина Евгеньевна</i> Государственные меры поддержки населения в условиях санкций	11
<i>Гаранина Лада Александровна</i> Анализ современного состояния социально-экономического развития Калужской области	16
<i>Гренкова Алина Владимировна, Федосова Ксения Игоревна</i> Проблемы социально-экономического развития Калужской области	22
<i>Давлетшин Радлен Рифович</i> Оценка уровня диверсификации отраслевой структуры в Республике Башкортостан	26
<i>Кошелченкова Дарья Игоревна</i> Меры государственной поддержки бизнеса в условиях санкций	30
<i>Кузина Наталья Сергеевна</i> Влияние санкций на экономику Калужской области	35
<i>Матюшкина Екатерина Вячеславовна</i> Современные проблемы развития бизнеса Калужской области	41
<i>Родина Анна Алексеевна</i> Промышленность Калужской области в условиях санкций и меры поддержки государства	46
<i>Трухова Надежда Анатольевна</i> Международный опыт становления аудиторских процессов в государственном секторе	50
<i>Хакимуллина Альбина Азатовна</i> Особенности организации труда российских предприятий в период выхода из пандемии	58
<i>Ярметов Валерий Геннадиевич</i> Проблемы создания благоприятного инновационного климата Российской Федерации	61
Актуальные проблемы и пути развития банковской сферы	
<i>Анисимов Иван Алексеевич</i> Влияние валютного курса на банковскую систему Российской Федерации	65
<i>Блохина Анастасия Сергеевна</i> Актуальные проблемы банковской системы российской федерации в условиях санкций 2022	68
<i>Галстян Элен Арменовна, Лысцева Елизавета Александровна</i> Банковский сектор в условиях санкций 2022	73
<i>Демичева Екатерина Андреевна</i> Цифровизация банковской системы	78

Комарь Анастасия Сергеевна К вопросу формирования модели финансового поведения в сфере кредитования	83
Краваченко Алина Витальевна Современные способы продвижения банковских услуг среди населения	89
Меркулова Маргарита Андреевна Реализация денежно-кредитной политики в условиях антироссийских санкций	94
Саядян Мариам Ашотовна Проблемы и перспективы развития мобильного банкинга	99
Столь Софья Андреевна Финансовая система России в условиях санкционных ограничений	104
Чагин Даниил Антонович Клиентская лояльность через призму банковских систем	109
Щеголева Мария Михайловна, Чермянина Анастасия Алексеевна Актуальные проблемы банковской конкуренции в Российской Федерации	113
Современные аспекты развития финансового рынка	
Абрамян Моника Камоевна Современные аспекты развития международного рынка платёжных карт	120
Борисова Дарья Романовна Особенности развития финансового рынка России в условиях цифровизации	124
Булгакова Арина Геннадьевна Роль страхования в экологической безопасности	130
Галстян Элен Арменовна, Лысцева Елизавета Александровна Состояние и перспективы финансовой политики в условиях экономических санкций 2022	135
Гладков Игорь Кириллович Влияние криптовалюты на финансовый рынок	140
Гришкина Анастасия Дмитриевна Автотранспортное страхование	146
Гурьева Ангелина Викторовна Современное состояние и тенденции развития криптовалют	151
Давыдова Алла Владимировна, Кузина Наталья Сергеевна Влияние санкций на страховой рынок России	159
Искам Полина Дмитриевна Основные налоговые изменения в финансово-бюджетной политики на период 2019-2022 годы	163
Кокорева Виктория Игоревна, Лучкина Анна Дмитриевна Современные кейсы цифровой экономики, действующие на территории Российской Федерации	168
Короткова Виктория Игоревна Цифровое страхование: преимущества и перспективы развития	174

Кошелева Наталья Юрьевна Проблемы восприятия цифрового рубля как актуальной потребности населения	178
Курбанова Сабина Ислам кзы Особенности развития страхования в мире	184
Куричева Марина Юрьевна Космическое страхование	188
Несмеянова Татьяна Петровна Страхование будущего	193
Подгорная Екатерина Дмитриевна Облигации как инструмент финансового рынка	196
Поличев Виталий Сергеевич Цифровизация российского рынка финансов	199
Семушкин Дмитрий Юрьевич Риски повсеместного распространения криптовалют и сложность их регулирования государством	204
Сенина Вероника Алексеевна Все аспекты безопасного и эффективного использования криптовалюты	209
Скворчинский Евгений Константинович Роль страхования в обеспечении оборонной безопасности	213
Стукова Ксения Михайловна Финансовый рынок России и его развитие в 2022 году	220
Тимохина Валерия Евгеньевна Влияние цифровизации на развитие финансового рынка	225
Трубецких Юлия Александровна Инвестиционные активы физических лиц в рамках семейных отношений	230
Трубецких Юлия Александровна Налоговые рекомендации инвестору	237
Трудовая Виктория Викторовна Функционирование национальной платежной системы в условиях санкционного давления	243
Фарзалибейли Айну́р Сарван кызы Роль страхования в решении экологических проблем	248
Чайкин Антон Николаевич Информатизация и автоматизация страховой деятельности: страховая компания будущего	253
Современные проблемы развития бухгалтерского учёта, экономического анализа и аудита	
Голеусов Глеб Сергеевич Проблема развития бухгалтерского учёта в условиях сближения с международными стандартами	262

Демичева Екатерина Андреевна Актуальные проблемы развития бухгалтерского учета в современных условиях	266
Кокорева Виктория Игоревна, Лучкина Анна Дмитриевна Роль инициативного аудита бизнес-процессов	270
Матюшкина Екатерина Вячеславовна Применение МСФО при подготовке консолидированной бухгалтерской отчетности	275
Романова Ирина Андреевна, Саяпин Михаил Александрович Особенности учета затрат и специфика формирования себестоимости сельскохозяйственной продукции	281
Сергутина Карина Михайловна Особенности бухгалтерского учёта нематериальных активов	286
Сиденко Марина Сергеевна Преимущества применения автоматизированной упрощенной системы налогообложения субъектами малого и среднего предпринимательства и ее влияние на ведение финансового учета	291
Холкина Елизавета Сергеевна Бухгалтер в кризис: роль и полномочия	298
Черкасова Ольга Сергеевна Современное состояние и особенности анализа финансовых результатов	301
Шарер Наталья Владимировна Влияние современных информационных технологий в экономическом анализе	307
Управление финансами на предприятиях и в организациях	
Антонян Лаура Норайровна Внедрение цифровых технологий в управление финансами малых предприятий	313
Ваганова Ксения Анатольевна Влияние экономических санкций на деятельность предприятия	317
Давыдова Алла Владимировна Влияние антироссийских санкций на финансовую устойчивость предприятий и пути выхода из сложившейся ситуации	322
Завадская Олеся Сергеевна, Степайкина Юлия Вячеславовна Управление финансами организации	327
Ковалева Софья Александровна Увеличение прибыли организации как фактор улучшения финансового состояния организации	332
Красильникова Надежда Владимировна Современные проблемы системы управления финансами предприятия	338
Пахоменкова Анастасия Юрьевна Бизнес и перспективы его развития в условиях санкций	344

<i>Сиденко Марина Сергеевна</i> Роль Федерального казначейства в управлении финансами организаций	349
<i>Юсупова Ильнара Ильдаровна</i> Инновации как ключевой элемент предпринимательства	353
Опыт и проблемы маркетинговой деятельности на предприятиях	
<i>Анисимов Максим Владимирович</i> Тенденции маркетинга в 2022 году и проблемы его внедрения на российских предприятиях	359
<i>Витютин Любовь Сергеевна</i> Мировой автомобильный рынок: проблемы и перспективы развития	364
<i>Ганиева Милена Рамилевна</i> Направления совершенствования системы мотивации персонала в российской нефтегазовой сфере	375
<i>Горохова Анна Евгеньевна</i> Стоимость маркетингового исследования в Калужском регионе как фактор сдерживания развития маркетинговой деятельности	380
<i>Дымов Егор Викторович</i> Маркетинговая деятельность в банковском секторе	384
<i>Житкова Анастасия Витальевна</i> Выявление проблемных областей маркетинговой деятельности на предприятиях	388
<i>Климова Алина Юрьевна</i> Проблемы и способы их преодоления в маркетинговой деятельности современных организаций	393
<i>Коваленков Владислав Вениаминович</i> Цифровизация маркетинговой деятельности в условиях пандемии	398
<i>Ли Сяньбо</i> Проблемы электронной торговли в Китае	405
<i>Николаев Александр Романович</i> Маркетинговая деятельность организации	409
<i>Стукова Ксения Михайловна</i> Маркетинговая деятельность на предприятиях и пути её совершенствования	413
<i>Филенко Динис Русланович</i> Конкурентоспособность российских предприятий на мировом рынке	419
<i>Харисова Лаура Рустемовна</i> Стратегическое управление на предприятиях нефтегазового комплекса	426
<i>Чагина Элеонора Фиделевна</i> Цифровая трансформация маркетинга – необходимость для развития бизнеса	432
<i>Шапран Вячеслав Валерьевич</i> Проблемы реализации технологий электронной коммерции в сфере металлопроката и пути их решения	436

Щеголева Мария Михайловна Альтернативные площадки инстаграму для продвижения товаров и услуг	441
Юлмухаметова Альбина Альбертовна О технологиях дорожно-строительных компаний, снижающих нагрузку на экологию	447
Экономико-математическое моделирование и экономическая информатика	
Абалишин Евгений Андреевич Информационные ERP-системы	453
Ахияров Шамиль Шамилевич Оценка влияния инноваций на показатели развития предприятия ООО «АгроБизнесЛайн»	459
Голубовская Анастасия Николаевна Web-сайт организации как инструмент взаимодействия с клиентами	464
Горелова Дарья Дмитриевна Роль электронного документооборота в деятельности предприятия	468
Дмитриева Анна Алексеевна Сравнительный анализ современных систем управления взаимоотношений с клиентами	473
Евсеева Дарья Сергеевна Методы анализа и прогнозирования стоимости жилья в Калужской области	479
Завадская Олеся Сергеевна, Степайкина Юлия Вячеславовна Использование динамических рядов для анализа экономических показателей Калужской области	483
Короткова Виктория Игоревна Эконометрический анализ влияния факторов на уровень безработицы в Российской Федерации	487
Кузьмина Валерия Владимировна Анализ и внедрение информационных технологий в логистике предприятия	493
Курбанова Сабина Ислам кзы Эконометрический анализ влияния факторов на объем денежных доходов населения России	498
Михалев Владимир Олегович Внедрение информационной системы для автоматизации учета товарно-материальных ценностей на предприятии	504
Орлова Екатерина Васильевна Совершенствование информационной системы в малом предприятии газо-обслуживании	507
Парфенов Дмитрий Сергеевич Особенности внедрения информационной системы управления логистикой и складом при помощи штрих-кодов на предприятии	512
Пинахина Алина Юрьевна Проблемы внедрения CRM-систем	516

Потапова Ксения Андреевна, Петрова Галина Владимировна Задача о назначениях и ее использование при решении проблем организации труда	521
Савина Анастасия Игоревна CRM система как необходимый компонент успешного бизнеса	527
Савина София Сергеевна CRM-система как инструмент повышения эффективности бизнеса	532
Савостьянов Дмитрий Вячеславович Особенности построения ИТ-инфраструктуры агентства недвижимости	538
Сергутина Карина Михайловна Анализ целесообразности инвестирования в акции российских компаний с помощью инструментов MS Excel	541
Соловьева Дарья Дмитриевна Совершенствование процесса обмена информацией на предприятии посредством улучшения системы электронного документооборота	546
Столь Софья Андреевна Формирование оптимального инвестиционного портфеля с помощью инструментов MS Excel	551
Элоян Анна Вазгеновна Численные методы интегрирования и их реализация на языке R при решении экономических задач	558

**Проблемы социально-
экономического развития
региона:
история и современность**



ГОСУДАРСТВЕННЫЕ МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ НАСЕЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

Абрамова К.Е. бакалавр 2-ого курса

*Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В данной статье рассмотрена поддержка граждан со стороны государства, санкционная и антисанкционная политика, а также перечислены важные антикризисные меры 2022 года, которые касаются разных категорий граждан, приведены приоритеты государственной экономической политики, непосредственно, в условиях санкций.

Ключевые слова: экономические санкции, антисанкционная политика, федеральный закон, санкционный режим, антикризисные меры, приоритеты политики.

STATE MEASURES TO SUPPORT THE POPULATION IN CONDITIONS OF SANCTIONS

Abramova K.E. bachelor of the 2nd course

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

Abstract. This article examines state support for citizens, sanctions and anti-sanctions policy, and lists important anti-crisis measures in 2022 that apply to different categories of citizens, giving the priorities of state economic policy, directly, in the face of sanctions.

Keywords: economic sanctions, anti-sanctions policy, federal law, sanctions regime, anti-crisis measures, policy priorities

«Экономические санкции - финансовые мероприятия запретительного характера, которые применяются одним участником интернациональной торговли (страной или группой стран) по отношению к другому участнику с целью принудить последнего к изменению политического курса».

В определенных секторах экономики санкции и контрсанкции подействовали ослабить вескую конкуренцию, и даже ее нейтрализовать, что дозволило отечественным изготовителям поднять свою деятельность и зафиксироваться на рынке. В первую очередь это отразилось на сельской отрасли. Власти активизировали политику импортозамещения. Тем не менее, невозможно не заметить и отрицательную сторону воздействия санкций, особенно в финансовой сфере. Пострадал нефтегазовый сектор, у инвестиционных фондов и банков вдобавок появились трудности из-за того, что перекрылись пути взаимодействия с западными организациями.

В период 2018 года, Государственной Думой был принят, а впоследствии утвержден Советом Федерации и подписан президентом РФ федеральный закон «О мерах воздействия (противодействия) на недружествен-

ные действия Соединённых Штатов Америки, а также иных зарубежных государств».

До нового закона, обновившего нормативно-правовую базу, законодательной базой санкций и контрсанкций России был ФЗ №281 «О специальных экономических мерах». Из-за него власть имела множество рычагов, таких как возможности на запрещение экономических и внешнеэкономических действий, лимитирования в области туризма, ограничение программ помощи и другие.

Федеральный закон 2018 года показал в себе инновационные реалии. В нем внушительно выражается его функциональность будто средство противодействия агрессивным действиям, прочими словами, он носит оборонительный характер. Как основной источник недружественных усилий в законе помечены США. В целом в новом законе стали ярче проявлены фокусы на поведение против стран-инициаторов санкций.

Удачная антисанкционная политика отыскивается в зависимости от стратегии точных действий, которая считается главным шагом в исполнении закона. Уполномочены на разработку подобной стратегии правительство и администрация президента.

В первую очередь, сходственная стратегия обязана взыскивать во внимание целиковую картину процессов, происходящих в мире, значимость России в них и принимать во внимание причины введения санкций. Работа над стратегией противодействия санкциям должна являться межведомственной.

В нынешних ситуациях, вероятность России внедрять встречные санкции ограничена. Торговые санкции против Соединенных Штатов с безгранично небольшой вероятностью нанесут им сильный вред, чтобы Вашингтон модифицировал свой политический курс.

Вот самые важные антикризисные меры 2022 года, которые касаются разных категорий граждан.

1. Помощь физическим лицам

Пособие на детей в возрасте от 8 до 16 лет включительно

С 1 мая 2022 года семьи со средним заработком ниже прожиточного минимума, воспитывающие детей от 8 до 16 лет смогут подать заявление на получение пособия. Право его подать будет, не выходя из дома – посредством сайта «госуслуги».

Вдобавок, несмотря на то, что заявление подается не раньше мая, выплату распределят с апреля. Ее сумма составит 50, 75 или 100% областного прожиточного минимума на ребенка, в связи от среднедушевого заработка семьи.

2. Кратковременная отмена налога с заработка по вкладам 2022

В конце марта нынешнего года президент РФ Владимир Путин подписал закон, который отменяет НДФЛ с процентов по банковским взносам и счетам, приобретенных в 2021-2022 гг.

3. Продление водительских удостоверений

Водители, у которых момент удостоверения истекает в 2022 - 2023 годах, могут не волноваться о продлении документа. Все российские водительские удостоверения автоматически будут удлинены на 3 года.

4. Ликвидация завышенного транспортного налога на машины, считавшиеся роскошными

И вновь эта мера содействия ориентирована на автовладельцев, вдобавок на тех, чье авто не дороже 10 млн рублей. Для них автотранспортный налог будет рассчитываться без повышающих коэффициентов.

5. Приобретение драгоценных металлов в банке без НДС

С марта нынешнего года банки могут реализовать физлицам драгметаллы в слитках без НДС по ставке 20%. Драгоценные металлы – неплохая инвестиционная смена валюты.

6. Отложено выселение должников

Центральный Банк рекомендовал банкам, микрофинансовым организациям, кредитным потребительским кооперативам, сельскохозяйственным кооперативам и квартирным накопительным кооперативам не выселять до конца 2022 года людей, на жилье которых было обращено взыскание.

7. Кредитные каникулы 2022

Заемщики-физлица, заключившие сделку кредита и займа вплоть до 1 марта нынешнего года, обладают все преимущества обратиться к кредиту за полугодовой отсрочкой платежей. Конечно же, не обошлось без условий:

А - Кредитозаемщик обязан удостоверить снижение своего дохода более чем на 30% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Б - Сумма кредита (займа) никак не должна превышать максимальную сумму, которую установило правительство РФ. Это 300 тысяч рублей по потребительским кредитам и от 6 до 3 млн рублей по ипотеке, в зависимости от региона.

8. Мораторий на разорение

Эта антикризисная мера работает для граждан, юридических лиц и предпринимателей с 1 апреля по 1 октября 2022 года. Отступление - застройщики многоквартирных домов, входящих в реестр проблемных объектов.

9. Помощь обучающимся

Облегченная процедура признания дипломов

Для граждан, обучавшихся в вузе на местности недружественных стран, будет упрощено признание дипломов и квалификаций, на основе имеющейся практики. Таким образом, если в России ранее когда-то признавался такой же диплом, полученный в определенной стране, и в данном конкретном случае его признают.

10. Помогут и студентам, которым пришлось прервать обучение за границей

«Все граждане России, обучающиеся в зарубежных вузах и сталкивающиеся с ущемлением своих прав, могут приехать в Россию и продолжить обучение в ведущих университетах РФ бесплатно», - говорится в заявлении пресс-службы Минобрнауки, которое процитировало издание РИА Новости.

Студентов будут принимать как на бюджет, так и на платные места, в этом случае вуз получит компенсацию. А курс, на который зачислят студента, будет зависеть от его достижений в иностранном вузе.

11. Кредиты на выгодных условиях

Для реализации новых проектов и обеспечения текущих ИТ-компаний смогут брать кредиты под максимальные 3% годовых.

12. Привилегия на отсрочку от армии, льготная ипотека и увеличение зарплат

Антикризисные события коснулись и представителей сильного пола, задействованных в ИТ-индустрии. Таковые специалисты получают право на отсрочку от службы в армии до 27 лет, но только на период занятия в аккредитованной ИТ-компании.

13. Расторжение налоговых проверок малых и средних предприятий

Предприниматели, укладываемые в единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства, будут освобождены от плановых налоговых проверок до начала 2023 года.

14. Выплаты работодателям за молодых профессионалов

Наниматель, трудоустроивший соискателя моложе 30 лет, порекомендованного Центром занятости, обретет 54 000 рублей. Дать заявку на приобретение дотации позволено в ФСС до 15 декабря этого года

15. Убыстрённый возврат НДС

Данная мера содействия ориентирована на все российские компании, которые не находятся в процедуре ликвидации, реорганизации либо разорения. НДС возможно будет вернуть из бюджета еще до окончания камеральной проверки — «авансом», в течение 11 рабочих дней после подачи заявления в ФНС.

16. Утвержден перечень пострадавших отраслей экономики РФ

Правительство составило экономический перечень, в который вступают более 70 кодов ОКВЭД. Члены данной сферы смогут воспользоваться кредитными каникулами на полгода - взять отсрочку по возврату кредита или сократить объем платежей.

17. Программа льготного кредитования для малого и среднего бизнеса.

Собственники небольшого бизнес смогут взять кредит в период вплоть до 1 года и без ограничений по цели кредитования. Сумма - до 300 млн рублей, и ставка не выше 15% годовых.

Основа своевременных действий — план первостепенных событий по обеспечению устойчивого развития экономики Российской Федерации. Новая политика импортозамещения:

1. Содействие государства в развитии малого и среднего бизнеса;
2. Привлечение доступных инвестиций в наиболее важных секторах экономики;
3. Создание и увеличение территорий опережающего развития;
4. Повышение устойчивости банковской системы;
5. Поддержка занятости населения;
6. Поддержка наиболее уязвимых категорий граждан;

Действия государственного управления:

Департамент экономического развития, Министерство финансов, Министерство автотранспорта Министерство сельского хозяйства, Министерство энергетики, Центробанк России повысили свои антисанкционные составляющие в деятельности. Роспотребнадзор, Федеральная комиссия по ценным бумагам стали употреблять антикризисные инструменты с наиболее четкой тенденцией;

Обновляются механизмы противодействия коррупции: в Россию стимулировали возврат активов, которые были сформированы преступно-коррупционным путем; заведены наиболее жесткие санкции за злоупотребления в системе таможенной службы;

В настоящий момент приблизительно все из запланированного уже реализуется. Политику страны в период санкций возможно назвать эффективной: России всецело адаптировалась к санкционному режиму.

Опираясь на сведения Всемирного банка, по благоприятности договоров ведения бизнеса на 2019 год Россия брала 28-е место из 189. За последние 10 лет Россия поднялась на 92 места выше. Возможность получить кредит стала доступнее.

Приоритеты государственной экономической политики в условиях санкций должны давать государству состязательные преимущества и способствовать достижению продолжительных целей.

Основными приоритетами я выделила:

1. Переход России от сырьевой экономики к инновационной;
2. Опирается на собственные технические, кадровые, финансово-экономические и энергетические ресурсы;
3. Улучшить партнерство с дружественными странами;
4. Упрощение законодательства, уточнение границ полномочий и ответственности должностных лиц;
5. Сокращение объемов хождения в стране иностранной валюты;
6. Поддержка малого и среднего предпринимательства.

Библиографический список

1. Политика санкций: цели, стратегии, инструменты: хрестоматия / [сост. И.Н. Тимофеев, Т.А. Махмутов]; Российский совет по международным делам (РСМД) — М.: НП РСМД, 2019. - 280 с. - ISBN 978-5-6041888-3-5.
2. Официальный сайт Правительства России «Меры Правительства по повышению устойчивости экономики и поддержке граждан в условиях санкций» [Электронный ресурс] — URL: http://government.ru/sanctions_measures/ (Дата обращения: 01.05.2022).
3. Портал региональной поддержки бизнеса «О комплексе мер поддержки граждан и бизнеса в условиях санкций: федеральный закон от 08.03.2022г. № 46 ФЗ» [Электронный ресурс] — URL: <https://mybiz63.ru/materials/o-komplekse-mer-podderzki-grazdan-i-biznesa-v-us> (Дата обращения: 01.05.2022).

УДК 332.14

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Гаранина Л.А. бакалавр (студентка) 2-го курса

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

Аннотация. Статья открывает задачи и цели социально-экономического развития субъекта РФ. Произведены оценка и анализ стратегии развития Калужской области. Определены основные проблемы, в основе которых лежат их решения и совершенствования социально-экономического развития.

Ключевые слова: Социально-экономическое развитие региона, Калужская область, стратегия, показатели развития.

ANALYSIS OF THE CURRENT STATE OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE KALUGA REGION

Garanina L.A. Bachelor (student) of the 2nd year

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

Annotation. The article reveals the tasks and goals of socio-economic development of the subject of the Russian Federation. The Kaluga Region development strategy was evaluated and analyzed. The main problems based on their solutions and improvement of socio-economic development are identified.

Keywords: Socio-economic development of the region, Kaluga region, strategy, development indicators.

Калужская область – территория развития и успеха. Регион является одним из самых экономически развитых субъектов РФ, занимающий первые позиции по темпам роста промышленности и доходов населения, объёмам инвестиций и уровню передовых технологий. Через территорию области проходят международные автомобильные и железнодорожные магистрали. Для развития крупных, средних и малых производств в регионе имеются все условия. В экономику региона в 2021 году привлечено 73,8

млрд. рублей инвестиций. С 2006 года открыто 119 новых промышленных предприятий. Правительство региона оказывает финансовую поддержку. Любому инвестору доступна система налоговых льгот и преференций.

Калужская область производит множество различных товаров, в том числе высокотехнологичных, например, телевизоры, автомобили, стройматериалы, лекарства, продукция из металла и многое другое. Развитая экономика области указывает на рост валового регионального продукта (ВРП). За последние 9 лет в Калужской области ВРП на душу населения увеличился в 5,2 раза. В 2012 году в Калужской области введено в эксплуатацию более 600 тысяч квадратных метров жилья. Потребность населения Калужской области в улучшении жилищных условий оценивается в размере 3500 тыс. квадратных метров общей площади жилья, в том числе:

- 1303 тыс. квадратных метров – на замену ветхого и аварийного жилищного фонда;
- 969 тыс. квадратных метров – на предоставление жилья людям, нуждающихся в улучшении жилищных условий [1].

В рамках санкционного давления, оказываемого на Россию западными странами, в нашей области создана своя комиссия по обеспечению устойчивой работы экономики и социальной стабильности. Она оперативно мониторит обстановку, оценивает риски предприятий, готовит предложения по сохранению деловой активности. В пакет региональных мер поддержки входит 52 мероприятия. Приоритетные задачи – организация импортозамещения, сохранение производства и рабочих мест, выплата заработной платы.

На недавней встрече с министром промышленности и торговли РФ Д. Мантуровым обсуждались меры содействия областной экономике. В результате региональный Фонд поддержки промышленности получит дополнительные федеральные средства на сумму 100 млн. рублей. Одобрены займы калужским заводам и Обнинской химико-фармацевтической компании, которой средства нужны на программу маркировки товара. Для защиты интересов бизнеса и сохранения возможности кредитования малого бизнеса и среднего предпринимательства действует ряд льготных программ (снижение кредитных ставок, кредитные каникулы). По итогам 2021 года Калужская область показала рост экономики во всех отраслях, не забывая при этом и социальную сферу. Первые 3 месяца 2022 года дали рост в промышленной сфере больше, чем в среднем по России, - на 10%. В активной фазе реализации находятся более 60 инвестиционных проектов.

Доходы областного бюджета выросли на 17% и превышают показатели предыдущего года почти на 2,5 млрд. рублей. В регионе один из самых низких показателей безработицы в стране – 0,43%. При этом на предприятиях открытых вакансий почти на 12 тысяч рабочих мест.

По всей области продолжается строительство и ремонт школ и детских садов. Появляются Дома культуры и физкультурно-оздоровительные

комплексы. В рамках модернизации первичного звена здравоохранения строятся фельдшерско-акушерские пункты, оснащаются сосудистый и онкологический центры, обновляется автопарк больниц. Серьёзные инвестиции сделаны в службу скорой медицинской помощи. На эти цели правительство выделит более 3 млрд. рублей.

Регион участвует в федеральной программе по формированию комфортной городской среды, что даёт хорошие возможности для комплексного благоустройства муниципалитетов. В этом году Киров, Мосальск и Юхнов, победили во всероссийском конкурсе лучших проектов, поэтому из федерального бюджета выделяют на эти цели порядка 170 млн. рублей, а в следующем году предполагается выделить 200 млн. рублей.

В связи с политическими событиями россияне меняют планы на отдых. Поэтому руководство области возлагает большие надежды на развитие и качественную работу сферы сельского туризма. Ведётся субсидирование на развитие сельского туризма. В этом году будут вручены гранты за лучшие предпринимательские инициативы по созданию и развитию пляжей и национальных туристических объектов [2].

Огромным прорывом в развитии транспортной сферы региона – это открытие международного аэропорта «Калуга». Калужская область сразу стала незаменимым звеном в транспортно-логистической цепочке. Строительство Калужского международного аэропорта было осуществлено в самые короткие сроки (всего лишь за 9 месяцев). Не так уж и много регионов в центральной России имеют аэропорт. Из аэропорта осуществляются и прямые пассажирские перевозки и грузовые перевозки, что даёт уникальные возможности для развития бизнеса в Калужской области.

На сегодняшний день аэропорт находится в активной фазе развития, предлагается ряд новых направлений. Всего лишь за год существования в нем побывало более 25 тыс. человек и совершено около полутора тысяч рейсов. Уровень квалификации сотрудников аэропорта и техническое обеспечение могут позволить принять абсолютно любые международные рейсы. Например, концерн «Фольксваген» организовал для своих сотрудников регулярные чартерные рейсы из Калуги в Германию. С недавнего времени заметно увеличилось количество российских маршрутов. Международные рейсы расширяют свою географию, а также постоянно находится в работе международный терминал. Всё это значительно увеличивает трудовые ресурсы и мобильность населения. В Калужской области 2 года назад состоялось открытие грузового аэропорта.

Санкции и запреты со стороны США, Евросоюза и другими недружественными государствами подняли тему импортозамещения. Определенно, тема по замещению импорта стала очень актуальна по отношению к собственному производству продовольствия и агропромышленной продукции. Указ Президента России от 30.01.2010 г. №120 утвердил Доктрину продовольственной безопасности Российской Федерации, которая гласит, что:

«Продовольственная безопасность страны в среднесрочной перспективе, фактором сохранения её государственности и суверенитета, важнейшей составляющей демографической политики, необходимым условием реализации стратегического национального приоритета – повышение качества жизни российских граждан путём гарантирования высоких стандартов жизнеобеспечения».

Регион довольно богат землей и разными ресурсами агропромышленного комплекса, что может помочь в решении вопросов продовольственной безопасности, как в нашем регионе, так и в иных. Калужская область занималась развитием собственной инфраструктуры за длительное время до подписания президентского указа о продовольственной безопасности государства. Особенное внимание уделяется строительству и науке в области высоких технологий. Для обеспечения продовольственной безопасности государства и региона открылось 6 безусловно новых комплексов, в их количестве располагается комплекс по выращиванию грибов, а еще рыбноводческое хозяйство по выращиванию форели. В регионе работает две программы: «100 мясных ферм» и «100 роботизированных ферм». Эти программы создают надежную базу поставщиков качественной продукции для переработки. Программа «100 роботизированных молочных ферм» на сегодняшний день помогла открыть более 60 новейших производств. При данных критериях субсидии даются в объеме до 40% от цены роботизированного оборудования. Калужская область в 2016 году заняла 2-ое место в стране по увеличению изготовления молока, а еще была лидером по увеличению продуктивности молока и числу скотин. В регионе активно запущен овощной комплекс. Следует отметить, собственно, что ограничений на происхождение инвестиций в данном секторе нет, в следствие этого совместно с российскими компаниями зарубежные компании тоже могут работать. Продукция, произведенная в регионе, благополучно продается по всей стране. Правительство Калужской области обусловило более перспективные направления для собственного региона-рыболовство, мясное хозяйство и производство грибов. В Калужской области состоялось открытие передового комплекса по выращиванию грибов ООО «Верный путь», который не содержит аналогов в стране. Объем изготовления этого комплекса за год составил 30 тыс. тонн субстрата и 300 тонн вешенки. В Калужской области за последние годы производство сельского хозяйства подросло больше чем на 12 %, собственно, что несомненно помогло обеспечить свой регион основными продуктами питания собственного производства.

Создание и развитие туризма является одним из приоритетов социально-экономического развития Калужской области. Регион может похвастаться такими проектами как Этномир, Парк птиц, Николо-Ленивец, а также гостиницами разных категорий для бизнеса. На сегодняшний день в области имеются все необходимые объекты в сфере туризма и поток тури-

стов увеличивается каждый год. Калужская область выделяется на фоне других регионов, так как имеет огромное количество интересных проектов. Калужская область охватывает множество разнообразных туристических сфер, таких как: спортивный туризм (горнолыжный комплекс «Квань»), сельский и экологический туризм (национальный парк «Угра», художественный музей мусор МуМу), этнографический туризм («Этномир»), событийный туризм, оздоровительный туризм.

Город Калуга является «колыбелью космонавтики» и в первую очередь вспоминается великий учёный К.Э. Циолковский. На территории города Калуги находится первый и самый крупный музей космической тематики в России. Активно развивается проект «Россия – Родина космонавтики», в котором принимает участие Калужская область. В Золотое кольцо России с 2016 года включен город Калуга [3].

Московское представительство Калужской области привлекает инвестиции в экономику Калужской области. Решение развивать бизнес на Калужской территории приняли многие инвесторы благодаря деятельности московского представительства Калужской области. Процедуры согласования проектов прозрачны и очень оперативны. В самые короткие сроки в регионе создаются крупные предприятия. Так, например, «Самсунг» запустили всего лишь за 9 месяцев, а «Фольксваген» начал производить детали на автомобиле через год после начала строительства. Принцип открытости, доброжелательности и доступности во взаимоотношениях с инвесторами – это основа инвестиционной политики региона. Калужская область готова к сотрудничеству с международными инвесторами и партнерами. Инвестиционный портал Калужской области, который был переведён на 8 ведущих мировых языков, демонстрирует открытость и доступность. Любое заинтересованное лицо в любое время может получить необходимую информацию [4].

Калужская область является владельцем крупнейшего научного центра Российской Федерации-города Обнинска. Он проводит исследования в различных областях, например, ядерной энергетики, радиомедицины, композитных материалов и других современных отраслей науки. Технопарк, расположенный в Обнинске, специализируется на биотехнологиях, фармацевтике и создании новых материалов. Руководители региона активно поддерживают молодых учёных и их инновационные исследования. В регионе профессионально занимаются научными исследованиями и разработками более 10 тысяч человек. Модернизируются системы профессионального образования, а также оснащаются ресурсные центры в области машиностроения, строительства, сельского хозяйства [5].

Внедренная в университеты региона система дуального образования поможет обеспечить бизнес профессиональными кадрами. Совместить в учебе теоретические и практические направления и овладеть навыками производственной работы, позволяет дуальная система подготовки кадров.

Подготовка высококвалифицированных специалистов в калужских ВУЗах способствовала открытию новых факультетов, специальностей и направлений подготовки, которые смогут обучить по самым востребованным специальностям, таких как: «Фармацевтическая химия», «Автомобилестроение и тракторостроение» и др.

Иностранные специалисты приезжают в Калужскую область со своими семьями, для детей которых в регионе открылась международная школа. Преподавание в ней ведётся на английском языке по стандартам IB. Развиваются индустриальные парки и новые производства, что требует современного подхода. Внедрение инвестиционных проектов поддерживается руководством региона, которое обеспечивает развитие промышленных парков и инновационных зон, а также повышает качество и уровень жизни людей. Одним из приоритетов Правительства Калужской области является создание качественной среды обитания и доступного жилья. В регионе работают специальные жилищные программы, такие как: программа «Развития арендного жилья – жильё для профессионалов», которая направлена на мотивацию людей для работы в Калужской области [6].

У региона развитая инфраструктура, которая включает в себя значимые объекты, такие как: областная станция переливания крови, диализный центр, модернизированы онкологический диспансер, создано 4 сердечно-сосудистых центра, областной перинатальный центр, Калужская больница скорой медицинской помощи, областная инфекционная больница, служба помощи пострадавшим при дорожно-транспортных происшествиях. Строительство двух новых общежитий, образовательного и лабораторного здания Калужского государственного университета, Инновационного культурного центра и международного аэропорта «Калуга» было завершено. Введено в эксплуатацию более 100 спортивных и развлекательных комплексов и универсальных игровых площадок. Все эти факторы вывели экономику региона на качественно новый уровень развития.

Калужская область намерена продолжить реализацию промышленных проектов, направленных на укрепление привлекательности инвесторов, а также на создание новых производственных мощностей и модернизацию региональной экономики.

«Россия – страна возможностей» и Калужская область тому подтверждение!

Библиографический список

1. Постановление правительства РФ от 31 января 2019 года N 52 «Об утверждении государственной программы Калужской области "Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами населения Калужской области"»
2. Официальный портал органов власти Калужской области. [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.admoblkaluga.ru/>
3. «Калужские Губернские ведомости» областное информационно-аналитическое издание от 22.04.2022 г.

4. Горбатов А.В., Стовбун С.Ф. Факторы и результаты экономического развития Калужской области // Научное обозрение. Экономические науки. – 2017. №4 стр. 16-28.
5. Инвестиционный портал Калужской области (дата обращения: 01.05.2022).
6. Обнинск – большая российская энциклопедия [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://bigenc.ru/geography/text/5980417> (дата обращения: 01.05.2022).

УДК 332.1

ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

*Гренкова А.В., Федосова К.И. бакалавры 2-го курса
Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье рассматривается часть социально-экономических проблем, которые влияют на развитие Калужской области. Также выявлены факторы, от которых в той или иной степени зависит развитие региона, на основе данных факторов произведен анализ будущих перспектив в социально-экономической сфере.

Ключевые слова: ВРП, инвестиции, кластеры, социально-экономическая стратегия, инвестиционная привлекательность, инвестиционный климат, развитие.

PROBLEMS OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE KALUGA REGION

*Grenkova A.V., Fedosova K.I. bachelor's degrees of the 2nd year
Supervisor: Gubernatorova N.N., Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract: The article discusses some of the socio-economic problems that affect the development of the Kaluga region. The factors on which the development of the region depends to one degree or another are also identified, on the basis of which an analysis of future prospects in the socio-economic sphere is made.

Keywords: GRP, investments, clusters, socio-economic strategy, investment attractiveness, investment climate, development.

Российская Федерация отличается неравномерностью социально-экономического развития на территории всех 85 субъектов. Данная неравномерность происходит из-за неоднородного распределения природных ресурсов и полезных ископаемых, климатических и геополитических условий, психологии местных жителей. Стоит добавить, что существенное влияние на социально-экономические показатели оказала пандемия коронавируса, ухудшив большинство статей показателей за 2020 и 2021 г.г. по сравнению с 2019 годом [10].

По данным рейтинга социально-экономического положения субъектов Российской Федерации Калужская область в 2019 году заняла 26 место из 85, а в 2020 году подняла данное значение до 25 места.

Обзор социально-экономических проблем региона стоит начать с изучения тех факторов, которые в большей степени влияют на динамику развития Калужской региона. К ним обычно относят средний достаток граждан, уровень безработицы, инновации, ВРП и т.п. Проведем анализ данных, для выявления основных проблем региона. Исходя из данных, имеющихся в свободном доступе на сайте Министерства экономического развития за период с 2020 по 2021 года, сформируем таблицу с данными для наглядности [3],[6] (таблица 1)

Таблица 1. Показатели социально-экономического развития Калужской области за 2020-2021 годы

показатель	единица измерения	год	
		2020	2021
численность населения	человек	1001777	1006912
численность официально зарегистрированных безработных	тыс. человек	7,2	2,6
среднемесячная заработная плата	рублей	43993,5	47 919,80
уровень рождаемости	человек	8968	8634
индекс промышленного производства	%	101,3	106,3
валовой региональный продукт	млрд. рублей	543,7	593,8
объем инвестиций в основной капитал	млн. рублей	112 163,70	128 508,10
индекс цен на товары и услуги последнего месяца отчетного периода к декабрю предыдущего года	%	105,7	108,9
продукция сельского хозяйства	млн. рублей	54392,2	57 511,00

На основе собранных данных на сайте Министерства экономического развития Калужской области, можно сделать ряд выводов:

Во-первых, численность населения в 2021 году снизилась на 5135 человек, по сравнению с 2020 годом. При этом мы можем заметить снижение рождаемости в 2021 году на 334 человека. Снилось количество безработных в 2021 году на 4,6 тысяч человек.

Важную роль в социально-экономическом развитии региона играет среднемесячная зарплата, данный показатель к 2021 году увеличился на 3926,3 рублей.

Также важным в определении уровня развития региона является значение валового регионального продукта (далее ВРП) [7]. ВРП является обобщающим показателем деятельности региона в экономической отрасли. Он определяет процесс производства товаров и услуг для их использования. Одновременно с этим ВРП – это стоимость всего объема товаров и услуг, которые были произведены и выполнены в конкретном регионе [2].

Валовой региональный продукт Калужской области в период 2020-2021 годов отражает положительную динамику, 109,2% в 2021 году к 2020 году.

Еще одним фактором, создающим некие проблемы в социально-экономической сфере, является дефицит областного бюджета Калужской области (т.е. расходная часть превысила доходную часть). По данным Центра Развития Региональной Политики дефицит бюджета в 2020 году составил 4,1%, а в 2021 году около 5,6% [1].

Главная цель социально-экономического развития региона состоит в обеспечении роста качества жизни населения, создании инновационной инфраструктуры, поддержке развития кластеров и социальной стабильности.

Остановимся на роли кластеров в социально-экономическом развитии Калужской области. Их формирование и развитие является эффективным механизмом привлечения инвестиций в регион. Развитие кластеров обеспечивает увеличение производительности труда, формирование новых организаций и создание дополнительных рабочих мест, что положительно сказывается на становлении региона. Они позволяют обеспечить конкурентоспособность региона по экономическим показателям [9].

Еще одним важным компонентом, создающим перспективы в социально-экономической сфере, являются инвестиционные проекты. Агентством стратегических инициатив (АСИ) с 2016 года был разработан рейтинг, по которому можно узнать уровень инвестиционной привлекательности субъектов Российской Федерации. Данный рейтинг использует специальную методологию и с помощью нее оценивает стремление властей создать благосклонную конъюнктуру для ведения бизнеса. Рейтинг включает в себя 64 показателя. Опираясь на данный рейтинг за 2021 год, Калужская область вошла в десятку лидеров, заняв 8 место [5].

Инвестиционный потенциал по своему определению это степень возможности вложения финансовых ресурсов в активы для получения дохода в будущем. Во многих регионах, в том числе и в Калужском, осуществляется государственная и муниципальная поддержка инвестиционной и инновационной деятельности. Она выражается через льготы на налоговые отчисления, государственные и муниципальные субсидии на целевые нужды, субсидирование ставок по кредитам для определенных сфер (к примеру, сельскохозяйственная сфера).

К важным факторам так же стоит отнести близость Калужской области к Москве, откуда поступают инновационные ядра. При этом расположение Калужской области содержит в себе и отрицательное значение для развития региона, поскольку такое расположение вызывает массовый отток квалифицированных кадров из области в столицу.

Для мотивации кадров следует продолжать развитие в сферах строительства доступного жилья, создание достойного уровня медицины и высокооплачиваемых рабочих мест.

Стоит отметить, что Калужская область активно участвует в Национальных проектах в различных областях. Национальные проекты затраги-

вают такие сферы, как демография, здравоохранение, образование, культура, безопасные качественные дороги, экология, МСП и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы [4].

Обобщая все вышеперечисленные проекты, можно сказать, что все они оказывают прямое или косвенное влияние на развитие региона в социальной и экономической сферах.

Существует ряд распоряжений Губернатора Калужской области В. В. Шапши и указов Президента РФ В. В. Путина по реализации данных проектов, в соответствии с которыми накладывается персональная ответственность на руководителей органов исполнительной власти по исполнению мероприятий и достигнуто поставленных целей, в соответствии с составленными планами [9] (табл.2)

Таблица 2. Национальные проекты и их финансирование в Калужской области за 2021год

ключевые направления проектов	национальные проекты	бюджет по паспортам на 2021год	% исполнения к паспортам
Человеческий капитал	НП "Демография"	9 160,5 млн.рублей	28,80%
	НП "Здравоохранение"		
	НП "Образование"		
	НП "Культура"		
Комфортная среда для жизни	НП "Жилье и городская среда"	7 212,3 млн.рублей	38,60%
	НП "Экология"		
	НП "Безопасные и качественные дороги"		
Экономический рост	НП "Производительность труда"	583,4 млн.рублей	36,10%
	НП "Цифровая экономика РФ"		
	НП "Малое и среднее предпринимательство и поддержка"		
	НП "Международная кооперация и экспорт"		

Таким образом, подводя итог всему вышесказанному, следует отметить, что в Калужской области имеется огромный потенциал для решения основных проблем и улучшения показателей в социально-экономической сфере, модернизации системы здравоохранения и образования, построении инновационной экономики и как следствие повышение конкурентоспособности Калужского региона в долгосрочном периоде.

Библиографический список

1. БЮДЖЕТЫ РЕГИОНОВ в 2021 г.: СТРАТЕГИИ ДЕФИЦИТА// Центр Развития Региональной Политики [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://nacexpert.ru/wp-content/uploads/2021/01/Доклад_бюджеты_19012021_compressed1.pdf (дата обращения 21.04.22)
2. Валовой региональный продукт// Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/WXWTVX21/Понятия%20и%20определения%20\(ВРП\).pdf](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/WXWTVX21/Понятия%20и%20определения%20(ВРП).pdf) (дата обращения 21.04.22)

3. Калужская область в январе-сентябре 2021 года: тенденции экономического развития// Министерство экономического развития Калужской области [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://pre.admoblkaluga.ru/upload/mineconom/tendencii/2021%20СЭР_КО_январь_сентябрь.pdf (дата обращения 09.03.22)
4. Калужская область. Национальные проекты [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://pmo.admoblkaluga.ru/> (дата обращения 09.03.22)
5. Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах РФ // Агентство стратегических инициатив. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://asi.ru/government_officials/rating/ (дата обращения 21.04.22)
6. Основные показатели социально-экономического развития Калужской области в 2020-2021 гг. и январе-феврале 2022 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://minek.admoblkaluga.ru/upload/oiv/min-ek/ekonomika/ekonom-tsifra/operinfo2022.pdf> (дата обращения 21.04.22)
7. ПОСТАНОВЛЕНИЕ от 22 сентября 2021г. N631 О ПРОГНОЗЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ НА 2022 ГОД И НА ПЛАНОВЫЙ ПЕРИОД 2023 И 2024 ГОДОВ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://pre.admoblkaluga.ru/upload/mineconom/Prognoz%20КО/ТПКО%20631%20от%2022.09.2021.pdf> (дата обращения 09.03.22)
8. Пространственно-кластерная модель развития Калужской области. Институциональные и финансовые механизмы развития территориальных кластеров и технологических платформ: сб. матер. Международной науч.-практ. конф. (11–12 ноября 2016 г., Государственный университет «Дубна») /отв. редактор к.э.н. Г. В. Фадейчева. — М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2017 — 224-234 с.
9. РАСПОРЯЖЕНИЕ от 25 июля 2019 года N 114-р «Об организации реализации национальных и федеральных проектов на территории Калужской области» (с изменениями на 20 декабря 2021 года) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/561431407> (дата обращения 21.04.22)
10. Рейтинг социально-экономического положения регионов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ria.ru/20210531/reyting-1734768833.html> (дата обращения 09.03.22)

УДК 332.142

ОЦЕНКА УРОВНЯ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ОТРАСЛЕВОЙ СТРУКТУРЫ В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН

Давлетшин Р.Р. бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Таймасов А.Р., к.э.н., доцент
Бакирский государственный университет, Уфа*

Аннотация. В работе представлен анализ основных социально-экономических показателей, характеризующих отраслевую структуру Республики Башкортостан. Также проводится исследование по определению уровня диверсификации отраслей региона.

Ключевые слова: отраслевая структура, диверсификация, валовая добавленная стоимость, товарная структура экспорта, объем отгруженной продукции.

ASSESSMENT OF THE LEVEL OF DIVERSIFICATION OF THE INDUSTRY STRUCTURE IN THE REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN

Davletshin R.R. bachelor's degree of the 4rd year

*Supervisor: A.R. Taimasov, Candidate of Economics, Associate Professor
Bashkir State University, Ufa*

Abstract. The paper presents an analysis of the main socio-economic indicators characterizing the sectoral structure of the Republic of Bashkortostan. A study is also being conducted to determine the level of diversification of the region's industries.

Keywords: industry structure, diversification, gross value added, commodity structure of exports, volume of shipped products.

Диверсификация и отраслевая структура экономики региона – это два неразрывно связанных экономических понятия. Так как для того, чтобы, должным образом, диверсифицировать экономику субъекта, необходимо обратиться к уже существующей на территории региона отраслевой структуре экономики [2].

Отраслевая структура экономики региона представляет собой комплекс взаимосвязанных отраслей, которые функционируют на территории региона. Анализ отраслевой структуры необходим для того, чтобы понимать на каком этапе развития находится регион, какие у него сильные и слабые стороны и что из себя представляют отрасли специализации региона [13, с.118].

Для характеристики отраслевой структуры Республики Башкортостан был взят показатель Валовой добавленной стоимости (ВДС) за 2019 год [3,4].

Причина, почему данные по ВРП и соответственно по НДС публикуются на 2 года позже: публикация ВРП осуществляется в соответствии с п. 1.2.6. Федерального плана статистических работ 27 февраля второго года после отчетного, т.е. с временным лагом в 14 месяцев после окончания отчетного года. Срок формирования ВРП обусловлен сроками получения годовых итоговых данных статистической и бухгалтерской отчетности организаций, административных источников информации (Федеральное казначейство, Минюст России и др.) - август-октябрь года, следующего за отчетным. Технология расчетов предусматривает досчеты региональных показателей на федеральном уровне (объем выпуска товаров и услуг по экономической деятельности, не наблюдаемой прямыми статистическими методами, величина потребления основного капитала, инвестиции в основной капитал), взаимоувязку суммарного ВРП по субъектам РФ с данными 3-й оценки ВВП Российской Федерации (выполняется 31 декабря года, следующего за отчетным), анализ и преобразование показателей ВРП с учетом согласованности региональных показателей ВРП с системой аналогичных показателей национального уровня [1,5].

Данные по отраслевой структуре Республики Башкортостан за 2019 год представлены в таблице 1 [29].

Таблица 1. Отраслевая структура Республики Башкортостан за 2019 год*

Наименование отрасли	Доля, %
Обрабатывающие производства	35,1
Торговля оптовая и розничная	13,7
Строительство	6,2
Транспортировка и хранение	6,1
Сельское, лесное хозяйство и рыбоводство	6
Деятельность профессиональная, научная и техническая	4,3
Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	4,2
Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	3,9
Образование	3,8
Государственное управление	3,6
Добыча полезных ископаемых	3,2
Обеспечение электрической энергией и паром; кондиционирование воздуха	2,6
Деятельность в области информации	2,2
Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	1,9
Деятельность гостиниц	1,1
Водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	0,8
Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	0,5
Предоставление прочих видов услуг	0,5
Деятельность финансовая и страховая	0,3

Анализ ВДС Башкортостана за 2019 год показывает, что наибольшую долю в структуре экономики занимает обрабатывающие производства (31%), далее идет оптовая и розничная торговля (13%), а за ними деятельность по операциям с недвижимым имуществом (9%).

Для характеристики отраслей специализации Республики Башкортостан был взят показатель товарной структуры экспорта за 2020 год. Данные взяты за предыдущий отчетному году, потому что сбор и анализ данных по экспорту – это сложный технологический процесс, который требует времени для подготовки.

Данные по товарной структуре экспорта за 2020 год представлены в табл.2 [28].

Анализ товарной структуры экспорта показал, что отраслями специализации Республики Башкортостан являются: продукция энергетического

комплекса, машины, оборудование и транспортные средства, а также продукция химической промышленности.

Таблица 2. Товарная структура экспорта Республики Башкортостан за 2020 год*

Наименование	млн.долл
Продукция топливно-энергетического комплекса	1 261 833,60
Машины, оборудование и транспортные средства	829 612,90
Продукция химической промышленности	609 737,10
Продовольственные товары	177 864,00
Древесина и целлюлозно-бумажные изделия	94 541,40
Металлы и изделия из них	92 938,70

Теперь проанализируем отраслевую структуру экономики Республики Башкортостан посредством показателя структуры объема отгруженной продукции. Лидирующими отраслями, как и ранее, являются производство нефтепродуктов (38,3%), производство химических продуктов (18,7%) и производство машин и оборудования (16,5%). В свою очередь наименее развитыми отраслями являются производство бумаги (0,8%), производство текстильных изделий (0,9%) и производство мебели (1%).

Основным показателем эффективной деятельности и развития региона являются инвестиции. Для того, чтобы экономика успешно функционировала, региону необходимо привлекать как можно больше инвестиций для развития производств. Проанализируем инвестиции в основной капитал Республики Башкортостан за 2010-2020 годы. За 5 лет с 2010 года по 2015 год произошел значительный рост в объеме инвестиций, далее до 2018 года наблюдался спад, который можно обосновать периодом кризиса в экономике страны. Далее с 2018 года по 2020 год наблюдается стремительный рост и на 2020 год объем инвестиций составил 365900 млн. руб.

Таблица 3. Динамика инвестиций в обрабатывающие производства Республики Башкортостан за 2010-2020 годы*

Года	Всего, млн. руб.	Обрабатывающие производства	Доля, %
2010	85465,60	15025,00	17,58
2015	185757,70	65319,10	35,16
2018	173938,80	54043,50	31,07
2019	212297,50	67461,20	31,78
2020	224694,20	53236,00	23,69

*Разработано автором по [6]

Из полученных данных в приведённой таблице, мы видим, что с 2010 по 2015 года доля инвестиций в обрабатывающие производства увеличи-

лась на 11,5 процента и составило 35.16 процентов. Вследствии в 2019 году был спад данной доли на 3 процента по сравнению с 2015 годом, показатель составил 31,78 процентов. В 2020 году наблюдается основательная отрицательная динамика, доля упала до 23,69 процентов, разница с предыдущим годом – 8 процентов.

Наряду с инвестициями, важную роль в отраслевой структуре экономики региона играет стоимость основных фондов. С 2010 по 2020 год наблюдается рост стоимости основных фондов, но видим, что с 2019 года по 2020 год рост был незначительным, стоимость основных фондов выросла всего лишь на 176375 мл. руб., в то время как с 2018 года по 2019 год увеличение составило 3141829 млн. руб.

Таким образом, на отраслевую структуру экономики региона влияют такие показатели, как инвестиции в основной капитал, инвестиции в обрабатывающие производства и стоимость основных фондов. Наибольший удельный вес в отраслевой структуре экономики региона приходится на обрабатывающие производства (31%), отраслью специализации является продукция топливно-энергетического комплекса. Инвестиции в основной капитал и стоимость основных фондов Республики Башкортостан ежегодно показывает положительные темпы роста.

Библиографический список

1. Аронов, А.М. Анализ современных теорий диверсификации [Текст] /А.М. Аронов // Изв. С-Петерб. гос. ун-та экономики и финансов. — 2001. — № 1. — С. 97-108
2. Дондоков, Б. Б. Экономические проблемы регионов и отраслевых комплексов [Текст] // Проблемы современной экономики. — 2010. — 3 (35). — С.1-5.
3. Емельянович, И.В. Ключ к диверсификации экономики [Текст] / И.В. Емельянович// Наука и инновации. — 2010. — №90. — С.51-53.
4. Нешиной, А.Г. Конкурентоспособность и условия воспроизводства [Текст] / А.Г. Нешиной, О.Р. Сухарев// Экономист. — 2015 — № 3 — С. 3–13.
5. Потолова, Н.В. Диверсификация экономики страны и ее регионов [Текст] / Н.В. Потолова // Вестник науки и образования. — 2016. — №2 (14). — С.1-3.
6. Официальный сайт федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения 12.04.2022).
7. Официальный сайт федеральной службы государственной статистики по Республике Башкортостан [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://bashstat.gks.ru/> (дата обращения 12.04.2022).

УДК 339.5

МЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

Кошелченкова Д.И бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н, доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация: В работе затронуты программы, направленные на поддержание бизнеса в санкционных условиях 2022 года.

Ключевые слова: Санкции, поддержка, государство.

WAYS OF FORMING FINANCIAL LITERACY OF SCHOOLS

Koshelchenkova D.I. Bachelor of the 2nd year

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

Resume: The work touches on programs aimed at maintaining business in the sanctioned conditions of 2022

Key words: Sanctions, support, State.

Из-за беспрецедентных экономических санкций, введенных в отношении России иностранными государствами, органы государственной власти были вынуждены создать комплекс мер по поддержке российской экономики. Не все предприниматели еще оправились от кризиса 2020 года, многие начали восстанавливаться и увеличивать свои продажи только в конце 2021 года.

Мониторинг текущего положения предприятий, проводимый аппаратом Уполномоченного по защите прав предпринимателей при Президенте Российской Федерации - в рамках исследования, прошедшего в два этапа: с 14 по 18 февраля и с 3 по 7 марта - приняли участие руководители и собственники 5995 компаний из 85 регионов — показали, что продажи 56% компаний в 2021 году не достигли допандемического уровня. Если «старые» санкции, действовавшие до 25 февраля текущего года, коснулись 27% опрошенных, то ограничения, введенные после этой даты, могут коснуться уже 84% компаний.

Эффект санкций, как подчеркнул на пресс-конференции 14 марта уполномоченный Президента по защите прав предпринимателей Борис Титов, усугубляется сильной зависимостью российской экономики от импорта. Все это доказывает, что «вхождение компаний в новый кризис, особенно тех, которые еще не оправились от кризиса, вызванного пандемией COVID-19, требует серьезных мер государственной поддержки» [1].

Предлагаем рассмотреть, как предложенные государством меры, могут помочь российским компаниям преодолеть текущий кризис.

1. Запрет на проведение проверок:

На заседании Правительства Российской Федерации, 2 марта, принято решение о введении моратория (отсрочки) на проведение плановых проверок индивидуальных предпринимателей и субъектов малого и среднего предпринимательства с 10 марта до конца 2022. Это касается не налоговых проверок, а таких организаций, как Роспотребнадзор, трудовая и пожарная инспекции и другие. Единственным исключением являются необходимые

проверки в случае возникновения опасности для жизни и здоровья человека.

Мораторий на налоговые проверки действует с начала 2021 года. Постановлением Правительства России от 8 сентября 2021 года № 1520 мораторий на проведение плановых проверок субъектов малого и среднего предпринимательства также продлен до конца текущего года. Исключение составляет лишь небольшой процент организаций, деятельность которых связана с государственной тайной или может представлять угрозу для общества, а также компании, которые ранее были выявлены в качестве нарушителей, организаций с лицензированной деятельностью или обязанные проводить финансовый аудит.

Кроме того, до 1 июня 2022 года налоговым органам запрещается блокировать расчетные счета индивидуальных предпринимателей и организаций в целях взыскания денежной задолженности [2].

2. Увеличение льготного использования системы быстрых платежей (СБП)

СБП – система быстрых платежей Банка России, с помощью которой можно быстро переводить деньги по номеру телефона и оплачивать товары и услуги с помощью QR-кода. В 2021 году Правительство ввело программу компенсации малого и среднего бизнеса за покупки, сделанные через СБП. В марте этого года Правительство по поручению Президента Российской Федерации продлило программу до июня 2022 года. На основании Постановления Правительства № 411-р от 4 марта 2022 года на это было выделено 500 млн рублей. программа.

С одной стороны, эта программа поможет предпринимателям сократить свои расходы. С другой стороны, это привлечет больше представителей малого и среднего бизнеса к использованию российской платежной системы, что актуально в условиях санкций и учитывает риск отсоединения России от международных платежных систем. По данным Минэкономразвития, только в 2021 году количество предпринимателей, зарегистрированных в СБП, увеличилось почти в пять раз до 161 000 пользователей [4].

3. Отсрочки по налогам и поддержка органов местного самоуправления

До конца 2022 года полномочия Правительства будут расширены на основании Федерального закона от 9 марта 2022 года № 52-ФЗ. Теперь правительство может оперативно регулировать налоговое законодательство: изменять сроки уплаты налогов и взносов, подачи отчетности, отменять меры налогового контроля и другие меры по улучшению экономической ситуации.

Региональным властям были предоставлены новые полномочия в сфере налогового регулирования. Теперь власти субъектов Российской Федерации могут продлевать сроки уплаты региональных и местных нало-

гов. Помимо этого, органы регионального уровня власти, могут вырабатывать иные меры поддержки в пределах своих полномочий.

4. Кредитные каникулы для малого и среднего бизнеса

С начала весны «правительство объявило кредитные каникулы для малого и среднего бизнеса. Предприниматели могут обратиться в банк за отсрочкой или уменьшением платежей по кредиту в течение льготного периода - до 30 сентября 2022 года» [6].

Однако воспользоваться этими льготами могут только малые и средние предприятия, относящиеся к отраслям, включенным в перечень Постановления Правительства. № 337 от 10.03.2022. В перечень включено около 70 направлений ОКВЭД (Общероссийский классификатор видов экономической деятельности). К основным отраслям, которые могут рассчитывать на кредитные каникулы, относятся:

- сельское хозяйство, лесное хозяйство, охота, рыболовство;
- обрабатывающие производства;
- оптовая и розничная торговля;
- Транспорт и хранение;
- IT-сфера;
- общественное питание и гостиницы;
- образовательная и научная деятельность и другие.

Предприниматели, взявшие кредит до 1 марта 2022 года, могут рассчитывать на кредитные каникулы.

5. Льготы для ИТ-компаний и разработчиков мобильных приложений

Согласно Указу Президента РФ № 83 от 2 марта 2022 г. все аккредитованные ИТ-компании освобождаются от уплаты налога на прибыль и от проверки налогов, валют и другие виды контроля 2024. Кроме того, ИТ-отрасли бизнеса могут брать выгодные кредиты по ставке не выше 3% на новые проекты или продолжение работы.

Организации, тестирующие, внедряющие, устанавливающие и сопровождающие российские мобильные приложения, получают те же привилегии, что и компании ИТ-сектора — освобождение от проверок, 0% ставка налога на прибыль, льготные кредиты, а также ранее существовавшие льготы по уплате страховых взносов [5].

6. Льготное кредитование бизнеса

Банком России, совместно с Правительством РФ, были разработаны для малого и среднего бизнеса программы льготного кредитования. Данная антикризисная мера позволяет предпринимателям получить «рабочие кредиты на срок от одного года и инвестиционные кредиты на срок до трех лет». Процентные ставки по льготным кредитам не зависят от изменения основной ставки. Предприниматели, зарегистрированные в Едином реестре малых и средних предприятий, могут получить кредит по льготной программе.

Всего будет две предпочтительных программы:

1. Программа оборотного кредитования. Ограничение по действующим кредитам для микро- и малого бизнеса - до 300 млн рублей, для среднего бизнеса - до 1 млрд рублей. Процентные ставки по льготным кредитам для микро- и малого бизнеса не превысят 15%, для среднего бизнеса - не более 13,5%. Программа действует до 30 декабря 2022 года. По условиям программы возобновляемого кредита банки работают напрямую с центральным банком. На сегодняшний день в программе льготного оборотного коммерческого кредитования участвует 21 банк.

2. Инвестиционные кредиты предоставляются в рамках программы, реализуемой Банком России. Ставки инвестиционного кредита для микро- и малого бизнеса не превысят 15%, для среднего бизнеса - не более 13,5%.

Кроме того, действует еще одна программа льготного кредитования предпринимателей и организаций из списка пострадавших отраслей в соответствии с Постановлением Правительства № 1513 от 7 сентября 2021 года.

Программа льготного кредитования предполагает кредитование и рефинансирование субъектов малого и среднего предпринимательства на текущие и инвестиционные цели по процентной ставке до 8,5%. В данной программе принимают участие только системно значимые банки.

7. Отмена НДС для компаний в сфере туризма

Правительство РФ «поддержало снижение ставки НДС для компаний, инвестирующих в создание новых объектов гостинично-туристического комплекса. НДС не будет взиматься в течение пяти лет – до 30 июня 2027 года. Данная мера направлена на привлечение инвесторов к развитию и строительству туристических объектов в целях развития внутреннего туризма» [6]. Вследствие введенных западными странами санкций в ближайшие годы будет расти спрос на внутренний туризм, поэтому проблему обеспечения объектов гостинично-туристического характера необходимо решить в ближайшее время.

8. Онлайн-сервис «Биржа импортозамещения»

Государство разработало и привело в действие онлайн-сервис «Биржа импортозамещения», который даст возможность российским производителям и покупателям быстро находить друг друга для дальнейшего сотрудничества. Этот сервис позволяет клиентам публиковать заявки на покупку товаров и отправлять свои ценовые предложения и аналоги поставщикам и производителям, избавляя от необходимости дополнительных затрат, разрешений и посредников. Со временем в базу данных будут включены не только российские производители, но и иностранные поставщики.

В текущих условиях постоянно обновляющихся санкций важно быстро осуществлять переход на российские аналоги той продукции, которая

временно не может поступать в Россию. Поэтому особо актуальны проекты по разработке нового цифрового сервиса [3].

Где искать актуальные меры поддержки бизнеса:

Практически каждый день правительство разрабатывает и пересматривает меры поддержки российской экономики. Для получения актуальной информации посетите следующие веб-сайты и ресурсы:

- Сайт Правительства Российской Федерации.
- Сайт Банка России.
- Сайт Минэкономразвития
- Сайты региональных властей.

Обобщая вышеизложенное, можно сказать, что ситуация в стране развивается стремительно. Правительство каждый день публикует новые законы для реализации антисанкционной программы. Многие меры поддержки уже были исполнены.

Поэтому мы продолжаем наблюдать за работой властей по преодолению экономических последствий санкций против российской экономики.

Библиографический список

1. Постановление Правительства РФ от 12 марта 2022 г. № 353 "Об особенностях разрешительной деятельности в Российской Федерации в 2022 году"
2. Постановление Правительства РФ от 10 марта 2022 г. № 336 "Об особенностях организации и осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля"
3. Таблица всех мер поддержки бизнеса и граждан из-за санкций в 2022 году [Электронный ресурс] - Режим доступа - URL: <https://www.26-2.ru/art/356616-tablitsa-mer-podderjki-biznesa-2022?> (Дата обращения: 30.04.2022)
4. Поддержка бизнеса в условиях санкционных ограничений: льготы для ИТ, мораторий на проверки МСП и кредитные каникулы [Электронный ресурс] - Режим доступа - URL: <http://duma.gov.ru/news/53640/> (Дата обращения: 28.04.2022)
5. Список мер, принятых Правительством для поддержки малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс] - Режим доступа - URL: <https://www.regberry.ru/news/antikrizisnye-mery-2022-goda-dlya-podderzhki-biznesa-v-rf?ysclid=12n0alpsjc> (Дата обращения: 30.04.2022)
6. Открытый журнал – инвестиции и трейдинг, финансовое планирование [Электронный ресурс] - Режим доступа - URL: <https://journal.open-broker.ru/> (Дата обращения: 02.05.2022)

УДК 332.143

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА ЭКОНОМИКУ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Кузина Н.С. бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Костина О.И. к.э.н., доцент
Калужский филиал Фининиверситета, Калуга*

Аннотация. В статье приведен перечень актуальных санкционных ограничений, введенных против Российской Федерации. Представлены результаты исследования

базовых показателей социально-экономического развития, проанализирована тенденция показателя инфляции и динамика инвестиционных потоков, на основании которых, сделано предположение относительно влияния санкций на экономику Калужской области.

Ключевые слова: санкции, экономика, влияние, инвестиции, инфляция, социально-экономическое развитие.

IMPACT OF SANCTIONS ON THE ECONOMY OF THE KALUGA REGION

Kuzina N.S. bachelor of the 2st year

Supervisor: O.I. Kostina Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. The article provides a list of current sanctions restrictions imposed against the Russian Federation. The results of a study of the basic indicators of socio-economic development are presented, the trend of the inflation indicator and the dynamics of investment flows are analyzed, on the basis of which an assumption is made regarding the impact of sanctions on the economy of the Kaluga region.

Keywords: sanctions, economy, influence, investments, inflation, social and economic development.

В актуальных условиях внешней среды, характеризующиеся глобализацией мировой экономики, в наиболее уязвимом положении оказываются государства и та внешнеэкономическая деятельности, которые подвергаются санкционным ограничениям [3].

В условиях сложившихся геополитических условий, Российская Федерация подверглась ряду санкционных ограничений, со стороны недружественных стран в начале 2022 года. Основные ограничения реализуются по следующим направлениям [8]:

— *Персональные санкции* (запрет на поездки, предоставление средств, замораживание активов отдельных лиц (1091 физических лиц) и организаций (80 субъектов предпринимательства);

— *Финансовый сектор* (запрет на кредитование правительства Российской Федерации и части российских банков, ограничение сделок с частью российских государственных предприятий (преимущественно с военно-промышленным комплексом), исключение ключевых банков России из системы SWIFT);

— *Энергетический сектор* (запрет на экспорт некоторых нефтеперерабатывающих технологий и новые инвестиции в энергетический сектор);

— *Транспортный сектор* (запрет экспорта, продажи, поставки воздушных судов, авиационных запчастей и оборудования, закрытие воздушного пространства, ограничение экспорта технологий морской навигации и радиосвязи);

— *Сфера торговли* (запрет на импорт сталелитейной продукции, всех видов угля, запрет на экспорт предметов роскоши, реактивного топлива и топливных присадок);

По данным различных международных исследований [2,4,11], действие долгосрочных и непрерывных санкций могут привести к ежегодному сокращению ВВП России от 7% до 11,2%, а Международный Валютный Фонд спрогнозировал переход России с шестого на седьмое место в мире по размеру ВВП к 2024 году.

Однако анализируя ход событий, можно утверждать, что данные ограничения не являются принципиальным нововведением, а продолжают политику недружественных стран. Так, экономика Российской Федерации впервые столкнулась с санкциями на рубеже 2014-2015 годов. Тогда основными направлениями, которых коснулись ограничения, также являлись: финансы, энергетика, персональные ограничения. Анализируя широкий круг разработки и применения самых разнообразных санкций в отношении Российской Федерации можно утверждать, что они составляют единую стратегию морально-политической дискредитации и изоляции государства и экономики России [10].

В связи с этим, Президентом России утвержден базовый документ по стратегическому планированию, защите национальных интересов, обеспечению национальной безопасности Российской Федерации - Стратегия национальной безопасности [7].

Для понимания влияния санкций на экономику Калужской области, авторами изучены базовые показатели социально-экономического развития области, проанализирована тенденция показателя инфляции и динамика инвестиционных потоков.

Результаты аналитического исследования базовых показателей социально-экономического развития Калужской области за 2014-2020 года (таблица 1). За исследуемый период среднегодовая численность занятого населения остаётся стабильной (средний темп прироста составил +0,32%), что говорит о сбалансированности рынка труда; среднедушевые денежные доходы выросли на +3,36%, а валовой региональный продукт на +10,99%. Стремительное сокращение наблюдается по сумме основных фондов в экономике региона на рубеже 2019-2020 годов (убыль составила -80%), что выразилось в среднегодовой убыли на -9,23%. Также негативная динамика по сальдированному финансовому результату (среднегодовая убыль составила -5,61%). Данная тенденция может быть связана с ограничениями, вызванными COVID-19 и сокращение объёмов экономической деятельности (особенно в сфере услуг).

Результаты аналитического исследования показателя инфляции Калужской области. Еще одним важнейшим индикатором состояния экономики является показатель инфляции. По данным Центрального Банка России [9], годовая инфляция в Калужской области (по состоянию на 01.03.2022) показывает тенденцию к увеличению до 19,31% (+9,37% по отношению к 01.02.2022). Стоит отметить, что показатели инфляции в исследуемой области традиционно выше, чем по России в целом (16,69% по

состоянию на 01.03.2022) и Центральному Федеральному округу (16,58% по состоянию на 01.03.2022). Данная тенденция может быть обусловлена временным увеличением спроса на отдельные товары, ростом неопределенности внешних условий, сокращением рыночного предложения некоторых товаров и услуг. Также, косвенное влияние оказал рост издержек производителей и поставщиков (вследствие временного ослабления курса национальной валюты).

Таблица 1. Базовые показатели социально-экономического развития Калужской области 2014-2020 года [9]

Показатель	Год					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Среднегодовая численность занятых, тыс. человек	487,5	508,9	504,8	503,0	498,4	495,0
Среднедушевые денежные доходы (в месяц), руб.	27550	28592	28108	29129	31394	32442
Валовой региональный продукт, млрд руб	324,9	334,8	373,4	417,1	465,9	545,1
Основные фонды в экономике, млрд руб.	8348,2	9127,2	9896,1	10960,7	2297,8	2397,5
Сальдированный финансовый результат, млрд руб	87,9	24,1	37,4	42,3	64,3	15,6

Результаты аналитического исследования динамики инвестиционных потоков Калужской области. Одним из основных направлений, которые проявляют наибольшую чувствительность для Калужской области – это иностранные инвестиции. Всего на территории Калужской области реализуются инвестиционные проекты 155 иностранных компаний из 90 стран. Преимущественно, они направлены на финансирование крупных промышленных и инфраструктурных проектов, поддержку и создание новых рабочих мест. Отмечается также косвенное влияние на рост уровня жизни населения, увеличение объема ВВП, создание инновационного потенциала и конкурентных преимуществ. По данным отчёта министерства статистики, за исследуемый период в Калужской области открыто 99 новых предприятий в различных отраслях (чаще всего встречаются автомобилестроение, фармацевтика, логистика), создано около 29 000 новых рабочих мест.

Для понимания актуальной ситуации, проведено аналитическое исследование инвестиционных потоков Калужской области за 2014-2020 года (рисунок 1). Среднегодовой темп прироста инвестиций в основной капитал за анализируемый период составил +25,87%, иностранных инвестиций +26,17%. Согласно представленным данным определено, что санк-

ции, которые были введены против Российской Федерации на рубежах 2014-2015 годов, оказали малое влияние на инвестиционные потоки. Их стремительное сокращение на рубежах 2019-2020 годов произошло, вероятно, вследствие мировых ограничений, вызванных COVID-19.

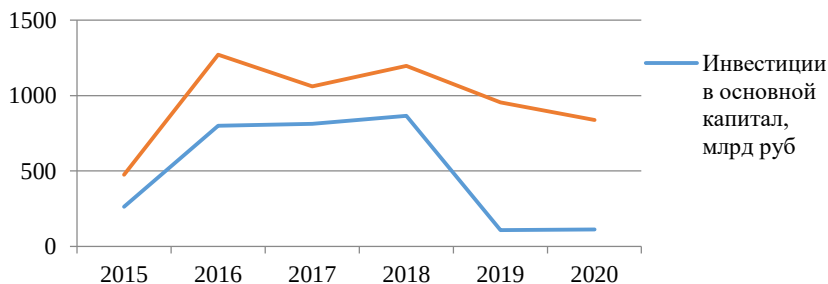


Рисунок 1. Динамика инвестиционных потоков Калужской области 2014-2020 года [9]

Так, основным последствием санкционных давлений для экономики Калужской области, может стать прекращение/приостановка деятельности и уход с российского рынка большинства иностранных компаний. Это является следствием объективной невозможности продолжения бизнеса в Российской Федерации по многим причинам: сбой поставок оборудования и комплектующих, персональные санкции и так далее. Данную тактику можно считать ответственным подходом, при котором бизнес либо выходит из рынка, либо продолжает деятельность, адаптируясь под новые условия внешней среды. Однако, исходя из представленной классификации нововведенных санкций, актуальных тенденций социально-экономического развития и динамики инвестиционных потоков в Калужской области, авторами выдвигается предположение, что совместные национальные и иностранные проекты, которые реализуются в настоящее время, вероятно, будут реализованы. Основной причиной этому является тот факт, что сотрудничество реализуется в традиционных обрабатывающих отраслях, продукция которых является сырьем для дальнейшего производства.

Как превентивные меры Правительством принят пакет законов для защиты экономики и граждан в условиях зарубежных санкций. Так, издан указ Президента Российской Федерации от 28.02.2022 г. «О мерах воздействия (противодействия) на недружественные действия США и иных иностранных государств» [6] и указ Президента Российской Федерации от 01.03.2022 г. «О дополнительных временных мерах экономического характера по обеспечению финансовой стабильности Российской Федерации» [5]. Среди первоочередных мер для поддержки экономики вводятся: кре-

дитные каникулы, амнистия капиталов, механизмы для дополнительной индексации пенсий, мораторий на плановые проверки малого и среднего бизнеса на 2022 г.

В завершении, приведём цитату президента Российской Федерации В.В.Путина: «Мы не можем полностью прогнозировать геополитические риски, но во взаимоотношениях между бизнесом и Правительством, вы можете рассчитывать, что эта предсказуемость будет понятной и стабильной. Нужно оставаться в постоянном контакте, тонко реагировать на всё, что происходит, и при необходимости корректировать нашу совместную работу» [6].

Таким образом, можно рассчитывать на поддержку со стороны Правительства и выдвинуть предположение, что нововведенные санкции не окажут прямого воздействия на экономику Калужской области. Нестабильный курс национальной валюты и волатильность экономики Российской Федерации может оказать негативное влияние на социально-экономические процессы в Калужской области.

Библиографический список

1. Боброва О.В. Некоторые вопросы защиты прав субъектов хозяйствования предпринимательской деятельности [Текст] / О.В.Боброва // Обозреватель. 2022. №3-4 С.127-143
2. ВБ прогнозирует сокращение ВВП России [Электронный ресурс] – ТАСС, 11.04.2022. [Режим доступа]: <https://tass.ru/ekonomika/14338473>
3. Ираклий М.Г. Роль экономических санкций в укреплении внешнеэкономической безопасности России на современном этапе [Электронный ресурс] / М.Г.Ираклий // Образование. Наука. Научные кадры. 2022. №1. [Режим доступа]: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-ekonomicheskikh-sanktsiy-v-ukreplenii-vneshneekonomicheskoy-bezopasnosti-rossii-na-sovremennom-etape>
4. МВФ предсказал потерю Россией места в топ-6 экономик мира из-за санкций [Электронный ресурс] – РБК, 22.04.2022. - Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/22/04/2022/626076269a794744648b6709>
5. О дополнительных временных мерах экономического характера по обеспечению финансовой стабильности Российской Федерации: указ Президента Российской Федерации от 01.03.2022 г. - Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/67886>
6. О мерах воздействия (противодействия) на недружественные действия США и иных иностранных государств: указ Президента Российской Федерации от 28.02.2022 г. - Режим доступа : <http://www.kremlin.ru/events/president/news/67881>
7. О Стратегии национальной безопасности: указ Президента Российской Федерации от 02.07.2021 г. №400. [Режим доступа]: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/47046>
8. Обзор санкций против России / Официальное представительство ЕС // Дата публикации: 01.04.2022 - Режим доступа: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/stronger-europe-world/eu-solidarity-ukraine/eu-sanctions-against-russia-following-invasion-ukraine_ru

9. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2015-2021 год: Статистический сборник / Росстат. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204>
10. Штоль В.В. Санкции как инструмент неокOLONИализм [Текст] / В.В.Штоль // Вестник Университета прокуратуры Российской Федерации. 2021. № 6. С.152
11. Sanctions on Russia's Economy [Электронный ресурс] – Bloomberg News, 12.03.2022. - Режим доступа: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-03-11>

УДК 33

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Матюшкина Е.В. бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Витютина Т.А., к.э.н.
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация: В статье рассматривается влияние экономической ситуации страны на уровень цен и доходов населения и предприятий, а также проблемы экспорта и импорта в современных реалиях.

Ключевые слова: уровень жизни, доход, экономика, инфляция, экспорт, импорт, товаропроизводство, курс валюты.

MODERN PROBLEMS OF KALUGA REGION BUSINESS DEVELOPMENT

Matyushkina E.V.. bachelor's degree of the 2nd year

*Supervisor: T.A.Vityutina, Candidate of Economics
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract: The article examines the impact of the country's economic situation on the level of prices and incomes of the population and enterprises, as well as the problems of exports and imports in modern realities.

Keywords: standard of living, income, economy, inflation, export, import, commodity production, currency exchange rate.

В современной ситуации, сложившейся в мире с конца февраля 2022 года, а также под натиском негативно влияющих на экономику страны санкций иностранных государств, обостряются социально-экономические проблемы России. В частности, с наложением санкций, обострились проблемы уровня жизни населения страны, проблемы с поставками товаров, логистикой, повышением курса иностранной валюты, ключевой ставки, инфляции и большое множество иных подобных кризисных ситуаций. Поэтому очень важно внедрение политики по борьбе с неблагоприятными для населения страны тенденциями развития экономики.

Одним из основных ударов, нанесенных Калужской области, связанных с сегодняшними экономическими и социальными угрозами, является закрытие множества предприятий, работающих с зарубежными партнера-

ми. Калужская область многие годы выстраивала дружественные отношения с иностранными коллегами, однако сейчас именно эти отношения оказались под угрозой. От влияния дискриминационных пакетов санкций на нашу страну в Калужской области пострадали ряд областей, тенденции экономического спада произошли в секторе туристического бизнеса, цветочного, ресторанного, а также пострадали салоны красоты, автодилеры, медицинские учреждения, продавцы бытовой техники, и многие другие предприятия, и отрасли.

Наиболее тяжело санкции ударили по экспорту и импорту товаров России, в следствие чего возникли масштабные и трудно решаемые логистические проблемы. Нарушение логистических цепочек происходит не только по товарным позициям, но и в принципе по всем операциям с Россией. Это связано с ужесточением контроля на пропускных таможенных пунктах западных стран, в следствие чего происходят застой. Ситуацию усугубляет и неспособность быстро переаккумулироваться на другие страны, готовые принять российские грузы.

Усугубляет ситуацию высокий скачок инфляции, которая в марте составила 12,5 % годовых. По прогнозам специалистов к концу 2022 года годовая инфляция может вырасти до 20 %. В следствие этого нарастает угроза повышения цен по всей стране. На данную тенденцию также значительно повлиял рост курса иностранной валюты, например, курс доллара США в марте достиг 120 рублей за один доллар.

Также под санкции попали крупные российский банки. Последствие стали заморозка долларовых активов, запрет на системы безконтактной оплаты по терминалам, в частности заблокированы ApplePay и GooglePay, а также заблокирована возможность использовать карты Visa и Mastercard за границей и при оплате товаров в онлайн-магазинах.

Рассматривая область туризма, то представители калужских туристических агентств сообщают, что продажи туров за границу снизились практически до нуля, поездки в иностранные государства на данный момент даже никто не рассматривает. Это колоссальный удар по доходности и прибыли данных агентств, так как в скором времени начнется сезон летних туров и отпусков. Однако значительно вырос спрос на внутренние путевки по стране, что не может не радовать.

Страдает ресторанный бизнес Калуги в следствие закрытия ряда сети общепита, а также в следствие роста цен на закупку товаров, в следствие чего значительно повышаются цены на блюда и уменьшается поток потребителей.

Индустрия медицины страдает от влияния закрытия границ по всей стране, исключением не стала и территория Калужской области. Это происходит в силу того, что большинство необходимого медицинского оборудования импортируется из зарубежных стран. Однако медицинская сфера

старательно стремится не повышать цены на лекарства и медицинские материалы. До той степени, которая является возможной.

Однако менее положительное влияние санкции оказали на сферу бытовой техники. Население стало чаще покупать бытовую технику из-за экономического давления и боязни, что вся иностранная продукция исчезнет в скором времени с российских полок, и даже высокий скачок цен не останавливает потребителей. С одной стороны, это отличная возможность магазинов бытовой техники повысить свою прибыль, однако сложившаяся ситуация в стране является колоссальным ударом по экономике не только Калужской области, но и страны во всем своем масштабе.

Об остановке производства в Калужской области уже объявил ряд крупных предприятий, тесно связанных с иностранными поставками, например, заводы Volkswagen и Volvo. При этом нарастает проблема снижения уровня доходов населения из-за потери рабочего места, а также критически повышается уровень безработицы. На каждом из этих заводов числилось около 10 000 работников, которые вследствие сложившейся ситуации остались безработными. На данный момент им выплачивают так называемую компенсацию, которая составляет 2/3 часть от зарплаты. Однако, несмотря на это как сотрудники, так и руководители автоконцернов рассчитывают на скорое возобновление работы, так как руководители стараются всеми силами адаптироваться и найти выходы в свете последних событий.

Эксперты считают, что снижение реальных располагаемых доходов приблизится к 12 %, а безработица в России увеличится до 6,2 %.

Рассматривая экономическую и социальную структуру населения Калужской области за период с 2019 по 2021 года, можно отметить, что уровень занятости населения повышался, а уровень безработицы растет (табл. 1).

Таблица 1. Уровень безработицы и занятости населения
Калужской области

Года	Уровень безработицы, %	Численность занятого населения, тыс.чел.
2019	3,9	516,5
2020	4,7	512,9
2021	4,0	519,9

Однако в 2022 ситуация значительно ухудшилась и уровень занятости населения Калужской области значительно снизился, а уровень безработицы не прекращает расти.

Несмотря на все угрозы экономического кризиса, правительством Российской Федерации разрабатывается и реализуется множество государственных программ в целях поддержки бизнеса. На региональном уровне в Калужской области 5 марта депутаты Законодательного Собрания приняли

первый пакет законов, направленных на поддержку бизнеса в условиях действия санкций. В Калужской области на поддержку предприятий в условиях санкций направленно почти 1 млрд. рублей. Вследствии этого были реализованы несколько мер по поддержке предпринимательства.

Во-первых, особые меры касаются развития малого и среднего бизнеса. Таким образом, Калужская область стала одним из первых регионов, где в соответствии с Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» субъекты МСП освобождены от уплаты арендной платы по договорам аренды имущества, находящегося в государственной собственности.

В качестве второй меры было принято решение снизить ставки по упрощенной системе налогообложения. Таким образом, для предприятий, осуществляющих торговую деятельность, ставка снижена с 6% до 3 %, если организация уплачивает налог с доходов, и с 15 % до 10 %, если объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на сумму расходов.

Некоторые ранее установленные требования по получению налоговых льгот по налогу на имущество организаций были отменены. Так же отмене подлежит обязательное требование по указанию размера среднемесячной заработной платы для получения налоговых льгот по налогу на имущество к определенной группе инвесторов.

Важным решением в целях поддержки бизнеса было предоставление Государственным фондом поддержки предпринимательства Калужской области микрозаймов для МСП, которые экспортируют свою продукцию под 1 %, а также реструктуризация выданных ранее долгов и отсрочки выплат по обязательствам на шесть месяцев.

Для ускорения развития области осуществляется субсидирование городских округов и муниципальных районов на совместное финансирование муниципальных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства.

Субъектам МСП, которые осуществляют свою деятельность в производственной сфере, представляются субсидии на возмещение расходов по лизингу, а также на возможность приобретения оборудования.

На федеральном уровне было разработано также множество мер по поддержке бизнеса. Такими мерами является введение моратория на проведение плановых проверок в отношении индивидуальных предпринимателей или юридических лиц, зарегистрированных в государственном реестре как субъекты малого или среднего предпринимательства, а также данные меры предпринимаются к организациям, осуществляющих свою деятельность в сфере информационных технологий.

Предоставление возможности кредитных каникул играет особенную роль в поддержании экономики бизнеса не только Калужской области, но и всего государства на достаточном уровне.

Для сельхозпроизводителей отличной новостью является введение такой меры поддержки, как получение гаранта из федерального бюджета. Условием для его получения является то, что производитель должен выполнять работы по разработке научно-технического проекта агропромышленности и при этом реализовывать проекты в области производства кормов и кормовых добавок для животных, развития селекции и семеноводства масличных культур, улучшения генетики крупного рогатого скота мясных пород и развития виноградарства и т.д.

Что касается федерального субсидирования, то льготные программы и субсидии будут предоставлены банкам, которые в прошлом году предоставляли льготные кредиты организациям на особых условиях.

Еще одной программой по облегчению и стимулированию работы малого бизнеса в рамках субсидирования найма является предоставление безвозмездных и бессрочных выплат организациям или индивидуальным предпринимателям, относящимся к МСП, в целях повышения занятости населения. Таким образом, господдержка будет распространяться на те субъекты МСП, которые будут нанимать граждан в возрасте до 30 лет, том числе, выпускников вузов и учреждений среднего специального образования без опыта работы, молодых людей без среднего и специального образования, инвалидов, детей-сирот, родителей несовершеннолетних детей и т.д. Размер субсидии определяется как величина трех минимальных размеров оплаты труда, увеличенный на коэффициент по району, сумму страховых взносов и число трудоустроенных.

В качестве антикризисных мер возобновляться совокупность мер поддержки системообразующих предприятий, которая действовала в 2020 году. Не придется проходить тесты по обязательной оценке финансовой устойчивости организациям, которые являются потенциальными участниками данной программы, так как в целях облегчения процесса данное обязательство было пересмотрено и исключено. В перечень системообразующих предприятий по Калужской области уже включено 26 организаций, и этот перечень продолжает расширяться.

С учетом экономического кризиса под санкционным влиянием государством введен мораторий на банкротство, действующий до 1 октября 2022 года и распространяющийся на граждан, юридических лиц и предпринимателей. В течение срока действия запрета на возбуждение дел о банкротстве, кредиторы не могут подавать заявления на невыплату кредиторской задолженности своих контрагентов и их несостоятельность.

В заключение, подводя итоги, можно отметить, что санкции иностранных государств в отношении России, безусловно, повлияли в высшей степени на экономику страны и так еле оправившейся от коронокризисного 2020 года. Сложнее всего государству справиться с высоким ростом цен на импортную продукцию и критическим ростом инфляции. Однако правительство страны всеми силами старается урегулировать положение цен.

Его шаги к этому уже заметны в части снижения валютного курса доллара до 73 % и понижением ключевой ставки Центрального Банка до 14 %.

Что касается Калужской области, то государство принимает экстренные меры поддержки, выделяет финансовые средства из федерального бюджета и принимает льготные меры в поддержку не только предприятий малого бизнеса, но и крупных предприятий. Власти Калужской области оптимистично настроены и считают, что несмотря на все, на экономику региона повлияли не в значительной степени, а также идет работа по устранению негативных последствий, что не может не радовать, ведь санкционные меры в отношении нашей страны негативно влияют не только на экономику России, но и на экономику тех стран, которые принимают меры сдерживания.

Библиографический список

1. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ (в ред. от 02.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022) [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_389676/ (дата обращения: 01.05.2022). — Текст: электронный.
2. Постановление Правительства РФ от 25.03.2022 № 469 «Об утверждении Правил предоставления субсидии из федерального бюджета акционерному обществу «Российский Банк поддержки малого и среднего предпринимательства» на возмещение недополученных им доходов по кредитам, предоставленным в 2022 - 2024 годах высокотехнологичным, инновационным субъектам малого и среднего предпринимательства по льготной ставке» [Электронный ресурс] URL: [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_412876/ (дата обращения: 01.05.2022). — Текст: электронный.
3. Федеральная служба государственной статистики – официальный сайт [Электронный ресурс] URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 01.05.2022). — Текст: электронный.
4. Перечень антикризисных мер в 2022 г. (КонсультантПлюс, 2022) [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_411198/ (дата обращения: 30.04.2022). — Текст: электронный.

УДК 338

ПРОМЫШЛЕННОСТЬ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ И МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ ГОСУДАРСТВА

Родина А. А. бакалавр 2-го курса

Научный руководитель: Костина О. И., к.э.н., доцент

Калужский филиал Фининиверситета, Калуга

Аннотация. В работе рассмотрен промышленный комплекс Калужской области, ведущие позиции в этой отрасли. Калужская область является благоприятным регионом для ведения бизнеса в отрасли машиностроения, автостроения и прочего, так как для этого были созданы все необходимые условия. Описаны последствия

введения санкции со стороны других стран на деятельность промышленных организаций в регионе, а также проводимые меры поддержки государства для данных организации и их работников. какие меры поддержки государство проводило для данных организаций и их работников.

Ключевые слова: промышленный сектор, Калуга, последствия санкций, поддержка государства, производственные предприятия.

KALUGA REGION INDUSTRY UNDER SANCTIONS AND STATE SUPPORT MEASURES

Rodina A.A.. bachelor's degree of the 2nd year

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

Abstract. The paper considers the industrial complex of the Kaluga region, leading positions in this industry. Kaluga Region is a favorable region for doing business in the field of mechanical engineering, automobile construction and other things, as all the necessary conditions have been created for this. The consequences of the imposition of sanctions by other countries on the activities of industrial organizations in the region are described, as well as what support measures the state has carried out for these organizations and their employees.

Keywords: industrial sector, Kaluga, consequences of sanctions, state support, manufacturing enterprises.

Калужская область является одним из центральных субъектов европейской части Российской Федерации с центром в городе Калуге в 188 километрах от Москвы. Регион имеет общие границы с Московской, Тульской, Смоленской, Брянской областями. Такое географическое положение даёт ряд преимуществ для ведения промышленности, а именно транспортные коридоры и доступ к основному рынку сбыта товаров. Ведущие позиции в Калужской области занимают:

1. Машиностроительный комплекс
2. Металлообработка
3. Лесная и деревообрабатывающая отрасль
4. Целлюлозно-бумажная промышленность

Однако следует отметить, что основой экономики региона является высокотехнологическая отрасль. В Калуге производятся газотурбинные двигатели, железнодорожная техника, турбогенераторы, радиоэлектроника, оптика и другие товары данной отрасли.

В то же время в Калужской области созданы двенадцать индустриальных парков, две площадки с особой экономической зоной. Всё это очень сильно привлекает зарубежных инвесторов, тем самым развивая сам регион [4]. Уже сейчас в Калуге и Калужской области представлены различные крупные зарубежные компании:

1. ЗАО «Вольво Восток»
2. ООО «ПСМА Рус»

3. ООО «Фольксваген Груп Рус»

Процесс привлечения инвесторов имеет взаимовыгодный эффект: для региона – это новые рабочие места, налоговые отчисления и так далее; для инвестора – новые рынки сбыта, развитие производственных мощностей. Помимо зарубежных, существуют и отечественные производители:

1. ООО «Калужский турбинный завод», занимающийся выпуском паровых турбин и турбогенераторов
2. ПАО «Кадви» - производитель широкого ряда технических изделий: от садовой техники по типу мотоблоков, косилок и культиваторов до газотурбинных электростанций.
3. АО «Тайфун», производящий радиотехнические береговые, корабельные комплексы.
4. АО «Калугапутьмаш» - предприятие железнодорожного транспортного машиностроения.
5. АО «Калужский завод «Ремпутмаш», специализирующийся на выпуске путевых железнодорожных машин.
6. АО «ОНПП «Технология» им. А. Г. Ромашина» производит композитные, керамические и полимерные запчасти и материалы для авиакосмической области, энергетической отрасли, транспорта и других отраслей промышленного сектора.

Как уже стало известно, многочисленные западные страны начали выдвигать свои санкции на Российскую Федерацию, вследствие чего были нарушены такие узлы экономических отношений, как рынки сбыта, отношения с поставщиками, логистические связи между странами. Всё это очень сильно повлияло на экономику как отдельно взятых регионов, так России в целом. Отказ от российского сырья, материалов и товаров вызвал большой удар по большинству предприятий. Очевидно, что и промышленный сектор Калужской области не стал исключением и на себе прочувствовал влияние санкций.

Во-первых, рассмотрим автомобильный сектор. В основном он представлен из зарубежных инвесторских проектов, которые выстраивались в течение долгих лет. Это позволило создать многочисленные рабочие места, с помощью которых многие безработные нашли свою стезю. Один только Фольксваген, расположенный в индустриальном парке «Грабоцево», принес более 4 тысяч рабочих мест. Комплекс включал три узла сборки, где собираются Audi, Skoda и Volkswagen. При этом компания долгое время выстраивала связи с более 60 локальными поставщиками.

Завод «ПСМА Рус» также является одним из крупнейших налогоплательщиков и работодателем в Калужском регионе. На момент 2021 года там трудились более 2000 человек, при этом планировалось создание ещё 1000 рабочих мест.

«Вольво Восток», начиная с ноября 2014 года, производит строительную технику, кабины Вольво и проводит сервисное обслуживание. Находится в индустриальном парке «Калуга-Юг» [1].

Перечисленные организации после введения санкций странами запада и некоторыми странами Азии через какое-то время стали испытывать нехватку запчастей и материалов. Одним из сильнейших ударов стал запрет на поставки полупроводников из азиатских стран в Россию, что чересчур усложнило сборку автомобилей. После нескольких недель региональные организации автомобильного сектора стали заявлять о приостановке производства из-за нехватки или отсутствия ряда комплектующих на неопределённый срок. Стоит отметить, что, если многие компании заявляли о полном уходе из России, то такой производитель, как, например, Фольксваген только приостановил производственные процессы и перевёл рабочих на удалённую работу или оплачиваемый отпуск с сохранением 2/3 заработной платы. Можно сделать вывод о том, что терять такие производственные узлы с комфортными условиями ведения бизнеса как в Калужском регионе – это не то, чего бы хотели западные инвесторы. Ведь даже на запуск данного проекта, ушло 94,4 млрд рублей инвестиций. Это самый масштабный инвестиционный проект в регионе. Далее идут только «ПСМА Рус» с 28,5 млрд рублей инвестиций и «Вольво Восток» с 11 млрд рублей инвестиций [2].

В целом можно говорить о том, что больше всего пострадали автопроизводители, так как крупные проекты были вынуждены остановить выпуск товаров. Что же касается других промышленных организаций, то ситуация кардинально лучше. Это отечественные производители, которые сбывают товар в основном на российский рынок и импортируют в другие страны, которые пока не перекрыли логистику и не отказались от поставок. Соответственно, как рабочие места, так и налоговые отчисления не претерпели больших изменений.

Что же касается государственной поддержки, то здесь всё очень плохо. Как сообщил губернатор региона Владислав Шапша, 18 апреля Фонд развития Калужской области докапитализировал 100 млн рублей. Это позволило компенсировать процентные ставки по кредитам на оборотные капиталы предприятий [3]. Дабы избежать дефицита товаров и заменить импортные поставки для промышленности и бизнеса в целом, в регионе запустили портал «Импортозамещение 40», который позволит напрямую связываться с отечественными поставщиками сырья. Более того Государственный Фонд предоставляет займы и микрозаймы для развития бизнеса или погашения существующих долговых обязательств. Также предоставляет налоговые каникулы для некоторых предприятий, остановивших производство.

В итоге можно сказать, что западные санкции ударили в основе только по автопроизводителям, но не по всей промышленности региона. Это

говорит о самодостаточности отечественных производителей и существовании вариантов решения проблем. Хотелось бы отметить, что даже остановка производственных процессов предприятий не гарантирует того, что организации уйдёт с рынка, а вовсе действует наоборот. Уже к июню «Фольксваген Груп Рус» планирует запустить производство и вернуть обратно работников из отпусков. Укрепление валюты подстёгивает инвесторов к большим вложениям, что положительно повлияет на промышленный сектор не только региона, но и России в целом.

Библиографический список

1. Инвестиционный Портал Калужской области [Электронный ресурс] - <https://investkaluga.com/podderzhka/podderzhka-msp/> (дата обращения: 04.05.22)
2. Меры поддержки промышленности [Электронный ресурс] - <https://pre.admobkaluga.ru/sub/econom/industry/measures.php> (дата обращения: 05.05.22)
3. Новостной сайт ТАСС [Электронный ресурс] - https://tass.ru/ekonomika/14402713?utm_source=yandex.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.ru&utm_referrer=yandex.ru (дата обращения: 05.05.22)
4. Экономические санкции против России [Электронный ресурс] - <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskie-sanktsii-protiv-rossii/viewer> (дата обращения 05.05.22)

УДК 330

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ СТАНОВЛЕНИЯ АУДИТОРСКИХ ПРОЦЕССОВ В ГОСУДАРСТВЕННОМ СЕКТОРЕ

*Трухова Н.А. магистрант 2-го курса
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе проведен анализ возникновения и дальнейшего формирования аудита в развитых и развивающихся странах. Рассмотрены взаимосвязи внедрения аудиторских мероприятий в разные исторические периоды. Обобщены результаты внедрения аудиторских процедур.

Ключевые слова: аудит, международный опыт, государство, модели аудита.

EXPEDIENCY AND ACCESSIBILITY OF THE USE OF FORMS DIGITAL TECHNOLOGIES IN AUDITING

*Trukhova N.A. master's student of the 2nd year
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The paper analyzes the emergence and further formation of audit in developed and developing countries. The interrelationships of the implementation of audit activities in different historical periods are considered. The results of the implementation of audit procedures are summarized.

Keywords: audit, international experience, government, audit models.

Государственный аудит как первооткрыватель аудиторской деятельности в экономическом секторе государства в Европейском союзе развивался по двум самостоятельным моделям.

До начала текущего века в Греции, Франции, Португалии и Бельгии активно применялась Наполеоновская (латинская) модель [1]. Особенностью данной модели можно считать ее ликвидацию путем несоответствия международным стандартам. Роль мониторинга в данной модели была на высоком уровне. Каждая контролирующая служба подчинялась центральному государственному аппарату, а координация этих служб осуществлялась профильным экономическим Министерством или органом исполнительной власти самого верхнего уровня.

Для Наполеоновской модели характерны малое развитие менеджерской ответственности и слабая организационная самостоятельность внутреннего контроля, который реализуется исключительно в виде инспектирования.

Другая модель, сформированная впервые в Нидерландах, антагонистически получило название Южно-европейская (средиземноморская) децентрализованная модель социальной защиты. В ее основе лежит организационная ответственность и независимость внутреннего аудита. Модель базируется на рассмотрении процедур, которые подразумевают консолидированное улучшение методик менеджмента, а так же увеличение эффективности внутреннего контроля после консультаций со службами внутреннего аудита.

Средиземноморская модель [2] полностью совпадает с принципами, на которых основываются международные стандарты, ратифицированные на территории Европейского союза, и является фундаментом актуальной теории государственного внутреннего финансового контроля Роберта де Конинга, которая находит свое применение в реформировании государственного менеджмента в части финансового контроля в странах-членах Европейского союза.

Великобритания, анонсировавшая Brexit (ее выход из Европейского союза) 23 июня 2016 года, наделяет Министерство Финансов полномочием назначать на должность главного бухгалтера исполнительного директора по макроэкономике и мировым капиталам. В свою очередь, главный бухгалтер Министерства Финансов Великобритании учреждает службы аудита во всех органах исполнительной власти. Руководители данных служб напрямую отчитываются перед главным бухгалтером. Численность каждой службы составляет от трех до пяти человек с учетом руководителя.

Но методики проведения государственного внутреннего аудита и сроки проведения всех его этапов в разных странах Европейского союза различны. Проецирование лучших методик европейского государственного внутреннего аудита на экономику России и их введение в государственный аппарат путем адаптации контрольных мероприятий в профильных

Министерствах представляют особый интерес и шаблонно не могут быть применены.

Последние пять лет XX века система государственного внутреннего контроля Франции играла важную роль в централизации власти и обладала многоступенчатым внутренним устройством, которое было сформировано на основе принятых традиций.

Реформирование данной системы характеризовалось следующими этапами [3]:

- проведение поиска по проблемным вопросам в государственных секторах Соединенных Штатах Америки, Канады, Голландии и Швеции,
- изучение задач и видов типовых заданий, которые осуществляли аудиторские организации,
- установление общей тенденции – в перечисленных странах в течение минимум двух лет вводилась система структурированного аудита,
- повышение уровня аудиторских организаций,
- повышение независимости служб аудиторского контроля,
- оценочный поиск основных проблемных точек аудита в государственном французском аппарате в виде централизации внутреннего аудита в рамках Главной инспекции Франции,
- укрепление взаимосвязей внутреннего аудита между Министерствами для улучшения управления рисками,
- создание подразделения по внутреннему аудиту,
- внедрение политики гармонизации в аудиторском отношении,
- публикация нормативной документации с целью обеспечения общих условий для дальнейшего развития при помощи службы внутреннего аудита,
- распространение внутреннего аудита на каждую операцию и каждый вспомогательный процесс в условиях реализации программ профильных Министерств.

В результате проведенных организационно-штатных мероприятий французский государственный аппарат получил децентрализованный внутренний аудит, организованный по передовым методикам и стандартам международных институтов экономики.

Трансформирование внутреннего государственного аудита в Турции началось с создания координационного совета внутренних аудиторов, структура которого была межминистерской направленности.

В каждом Министерстве были сформированы локальные нормативно-правовые акты о службе внутреннего аудита и непосредственно созданы эти службы. Следующий этап трансформирования начался с опубликования положения о рабочих процессах и принципах Координационного совета внутренних аудиторов, затем было принят нормативно-правовой документ с элементами методических рекомендаций по принципам работы внутренних аудиторов. Все эти действия были направлены на тактическую

организацию государственного внутреннего финансового контроля (PIFC). Данная модель может быть представлена как сумма трех составляющих [4]:

- FMC – отчетность управляющего характера, основанная на системах финансового контроля,
- IA – независимый (функциональный) внутренний аудит – ядро системы,
- CHU – службы гармонизации финансового контроля (по аналогии с реформированием на примере Франции).

Последнее составляющее звено в трансформировании турецкого государственного внутреннего аудита было осуществлено совместно с французскими коллегами, в рамках реализации проекта «двустороннего сближения» («Twinning»).

К концу XX века в государственном аппарате Федеративной республики Германия сформировалась децентрализованная система внутреннего аудита.

Для данной модели эксперт Международного валютного фонда Дж. Даймонд ввел специализированный термин – СВА, так как данная модель структурно опиралась на внутриканцелярских службах внутреннего аудита. Такие службы имели независимость от смежных и «соседних» структурных ведомств. Централизованная модель полностью опиралась на инспекциях финансового характера, которые были независимы от Министерств в целом.

Немецкий сценарий децентрализации внутреннего государственного аудита развивался с учетом важной особенности: службы внутреннего аудита местных органов государственного управления были подчинены Федеральной счетной палате – высшему органу государственного внутреннего аудита.

Службы докладывали о своей деятельности перед представителями Федеральной счетной палаты, а не перед профильными Министрами. Федеральная счетная палата реализовывала контроль за службами внутреннего аудита и организовывала эти службы в информационной и технологических сферах, хотя в странах с подобной моделью эти функции были в ведении Министерства финансов.

Основные принципы организации качественного внутреннего государственного аудита в государственных аппаратах стран Европейского союза были приняты в 2006 году в уникальном Руководстве по внутреннему контролю в сфере государственных финансов. Именно этот документ и практика Европейской комиссии подтолкнули немецкое руководство к постепенной трансформации германской модели: службы внутреннего аудита органов государственного аппарата, которые ранее непосредственно подчинялись Федеральной счетной палате, были переданы в ведомство высшим исполнительным лицам – министру экономики и министру эко-

номического сотрудничества и развития Германии. При этом контроль за деятельностью служб внутреннего аудита был возложен на Министерство внутренних дел Германии.

Данное ведомство выпустило в 2008 году перечень правил и рекомендаций для служб внутреннего аудита для учреждений федеральных управлений, которые базировались на международных стандартах [5].

Перечень имел рекомендательный характер в связи с отсутствием обязательности для каждого федерального учреждения создавать службу внутреннего аудита: для всех ведомств, в зависимости от масштаба деятельности, внутренние процессы контролировались периодически на усмотрение руководства. В конце перечня правил повторно был сделан акцент на применяемости их для служб внутреннего аудита.

Перечень правил нет информации о необходимости формирования подразделений по аудиту, функционирующих в составе группы топ-менеджеров, так же нет распоряжений о сертификации и лицензировании внутренних аудиторов и их организаций, хотя все остальные службы, работающие в системе государственного управления обязательно проходили эти этапы и процедуры. Подобная практика децентрализованной модели примерно в эти же годы начала XXI века активно распространялась в государственных структурах Великобритании, при этом в Германии абсолютно иной подход к пониманию аудиторского процесса как такового.

С середины второго десятилетия XXI века границы между моделями централизованного внутреннего и децентрализованного внутреннего аудитов стали размываться. Несмотря на общевропейский характер немецких правил, Руководство по внутреннему аудиту в сфере государственного бюджета допускало сохранение традиционных финансовых инспекций как для новых стран-участниц Европейского союза, вступивших в него с 2004 до 2013 года, так и для старых участников организации.

Несколько стран Европейского союза с детально разработанной децентрализованной моделью (прежде всего, Голландия и Великобритания) создали собственные центрально-государственные службы внутреннего аудита в формате самостоятельных подразделений для проведения внутреннего аудита частного и общего вида. Эти нововведения с 2015 года коснулись и главный европейский орган: в Еврокомиссии, в рамках правительства Европейского союза, также были реформированы органы внутреннего аудита путем ликвидации служб внутреннего аудита в генеральных департаментах и консолидировании инструментариев в центральной службе внутреннего контроля Еврокомиссии.

На протяжении уже семи лет центральная служба внутреннего аудита Еврокомиссии выполняет функции внутреннего аудита в департаментах и агентствах Еврокомиссии под надзором Комитета Коллегии Еврокомиссии по развитию аудита.

В итоге были созданы новые модели, не только имеющие черты единой системы, трансформированной из финансовых инспекций или реформированной из децентрализованных служб внутреннего аудита, но и обладающие «двойным» внутренним аудитом, инструментарий которого содержит методики и финансовых инспекций, и служб внутреннего аудита. Новые модели распространились уже более чем на десять стран (Франция, Бельгия, Португалия, Болгария, Хорватия, Венгрия, Греция, Люксембург, Польша, Словакия, Словения, Румыния) Европейского союза. Государственный аппарат Германии по-прежнему придерживается системы «одинарного» аудита, который осуществляется только самостоятельными внутриканцелярскими службами внутреннего аудита с отсутствием центральной службы внутреннего аудита. Помимо Германии, от системы «двойного» аудита на данный момент отказались Дания, Австрия, Чехия, Мальта, Литва, Латвия, Кипр, Финляндия, Эстония и Ирландия.

Руководство по внутреннему аудиту в сфере государственного бюджета рекомендует централизованную гармонизационную структуру в формате отдела Министерства финансов с целью создания и согласования единых методических положений, перечней правил и стандартов внутреннего аудита, специфических требований к государственным внутренним аудиторам и программам по повышению квалификации данных специалистов. Уникальным фактом можно считать общеевропейское понимание отсутствия гармонизационных признаков у профильных Министерств Германии.

Реализация подобных к гармонизации целей является основным видом деятельности профильного коллектива по внутреннему аудиту в государственных организациях, структурно расположенного в Германском институте внутреннего аудита. Этот институт представляет собой союз профессионалов-аудиторов, исполняющих свой долг в разнообразных сферах, в том числе и в государственном аппарате, и специалистов научно-исследовательских организаций.

В Германском институте внутреннего аудита каждый год проводятся научные конференции по методам организации внутреннего аудита в государственном аппарате. Продуктом таких конференций является серия публикаций-монографий об аудите информационных процессах в государственных организациях.

Зачастую именно руководители служб федеральных агентств по занятости населения, труду, социальной политики назначаются из правления Германского института внутреннего аудита и активно принимают участие в научных конференциях, как в качестве экспертов, так и в качестве докладчиков по актуальным темам.

Начало 2018 года ознаменовалось организацией первого (после реформирования служб внутреннего аудита в части оформления отчетной документации) показательного опроса специалистов по внутреннему ауди-

ту, исполняющих обязанности в государственном аппарате. Участниками опроса выступили более ста докладчиков и экспертов двенадцатой конференции Германского института внутреннего аудита по аспектам внутреннего аудита в организациях государственного сектора. Спустя один календарный год, в конце марта 2019 года, профессор Университета прикладных исследований (более известный как Высшая школа Гарца) Н. Ангермюллер опубликовал обработанные данные проведенного опроса.

Большая часть органов государственного аппарата, являющихся местом исполнения служебных обязанностей участников опроса, имеет в своей структуре службу внутреннего аудита: таких оказалось немногим более 90%. При этом распространенность служб внутреннего аудита выше на 75% распространенности отделов юридической направленности. Более 45% участников опроса заявили о наличии подразделений, которые занимаются приемом, обработкой и хранением жалоб административной направленности. Отделы, принимающие анонимные звонки и анонимные письма, присутствуют у четверти учреждений, при этом стоит заметить, что для банковского сектора и страховых компаний Федеративной республики Германия наличие таких отделов безусловно и закреплено на законодательном уровне.

На основании полученных данных Н. Ангермюллер [2] выделяет важные средства по повышению качества внутреннего аудита в целях минимизации рисков, а именно наделение полномочиями всех участников производственных процессов во избежании образования малочисленной группы уникальных специалистов и курирование банка данных о негативных последствиях, причинами которых стали общеизвестные риски, и предотвращенные негативные явления посредством проведенного анализа и выполненных соответствующих мероприятий.

Наличие таких банков данных подтвердили менее 40% респондентов, а наделение полномочиями осуществляется в немногим более 70% государственных организаций, что подтверждается участниками опроса.

Очередной стандарт аудита Германского института внутреннего аудита сформирован по результатам опубликованных материалов конференций. Его сущность отражена в шести критериях:

- наличие информации в уставе организации, или документе его заменяющим, о регулировании служб внутреннего аудита;
- самостоятельность, независимость и нейтралитет служб внутреннего аудита от остальных отделов организации, возможность неограниченного доступа к информации о деятельности каждого отдела организации;
- качественный кадровый состав служб внутреннего аудита с необходимым количеством специалистов;
- наличие ратифицированного плана аудиторских проверок, в основе которых должны лежать риск-ориентированный подход и стандартизованная документация;

- наличие базы единых отчетных документов, запущенных в организациях установленным порядком;
- высокий уровень контроля выполнения государственных рекомендаций в службах внутреннего аудита.

По данным критериям также была проведена часть опроса, которая показала высокий общий уровень внутреннего аудита Германии, проблемными местами которого являются небольшой кадровый резерв профессиональных аудиторов и локальное применение риск-ориентированного подхода.

В связи с этим, внутренний аудит в государственном аппарате Федеративной республики Германия развивается из децентрализованной модели с большим количеством отчетной документации внутриканцелярских служб внутреннего аудита для Федеральной счетной палаты до модели единой системы на базе службы внутреннего аудита без центрального федерального учреждения.

Для Германии характерен дефицит комитетов по аудиту, надзорных комиссий, органов по сертификации и лицензированию аудиторов и аудиторских организаций, элементов гармонизированной системы министерского уровня.

Китайская модель государственного внутреннего аудита как система была полноценно создана только с приходом Коммунистической партии Китая. По принятой документации, регламентирующей проведение аудита в Китае, можно выделить несколько разновидностей аудита, наиболее основополагающими из них являются финансовый аудит, аудит на соответствие требованиям или комплаенс, аудит эффективности. При этом, на внутрикитайском уровне, данный период развития аудита называется как период саморегулирования, хотя регулирующая роль все же остается за Коммунистической партией Китая.

Таким образом, международный опыт показывает многообразие моделей и форм по организации служб внутреннего аудита, учитывая как консервативные подходы руководства государств, так и перспективные, многообещающие технологии, которые могут со временем занять лидирующие позиции, в связи с возможностью обеспечения совершенного другого рода независимости аудиторских проверок с привлечением минимального количества ресурсов материального и человеческого характера.

Библиографический список

1. Груздова, Л. Н. Аудит и международные стандарты аудита: 2019-08-27 / Л. Н. Груздова. — Белгород: БелГАУ им.В.Я.Горина, 2018. — 81 с. — Текст: электронный — URL: <https://e.lanbook.com/book/123372> (дата обращения: 16.04.2022).
2. Лазарева, Т. Г. Аудит: методические указания / Т. Г. Лазарева. — Самара: СамГАУ, 2021. — 60 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/222260> (дата обращения: 22.04.2022).

3. Сердюк, В. Н. Государственный финансовый аудит: учебно-методическое пособие / В. Н. Сердюк. — Донецк: ДонНУ, 2021. — 249 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/179978> (дата обращения: 23.04.2022).
4. Сидюк, О. В. Аудит: учебно-методическое пособие / О. В. Сидюк. — Донецк: ДонНУ, 2020. — 322 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/179977> (дата обращения: 25.04.2022).
5. Сотникова, Л. В. Национальные стандарты финансовой отчетности, адекватные международным стандартам финансовой отчетности: учебник / Л. В. Сотникова. — Москва: Прометей, 2022. — 732 с. — ISBN 978-5-00172-254-0. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/220829> (дата обращения: 26.04.2022).

УДК 35.088.7

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ПЕРИОД ВЫХОДА ИЗ ПАНДЕМИИ

Хакимуллина А.А. студент 3-го курса

Научный руководитель: Рабц А.В. канд. экон. наук, доцент

Башкирский государственный университет, г. Уфа

Аннотация: Пандемия существенно повлияла на изменение различных аспектов труда. И в связи с этим в статье рассматриваются особенности организации труда в период выхода из пандемии. Всё-таки организация труда предприятий и во время пандемии и после, во многом зависел и зависит от корпоративной культуры, то есть от того как устроен нормы предприятия труда и поведения сотрудников

Ключевые слова: Организация труда, удалённая работа, пандемия, работодатель, обязанности, рекомендации

FEATURES OF THE ORGANIZATION OF LABOR OF RUSSIAN ENTERPRISES IN THE PERIOD OF RECOVERY FROM THE PANDEMIC

Khakimullina A.A. 3rd year student

Supervisor: Rabts A.V. Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Bashkir State University, Ufa

Abstract: The pandemic has significantly affected the change in various aspects of work. And in this regard, the article discusses the features of the organization of labor during the exit from the pandemic. After all, the organization of the work of enterprises both during the pandemic and after, largely depends on the corporate culture, that is, on how the company's work standards and employee behavior are arranged

Keywords: Labor organization, remote work, pandemic, employer, responsibilities, recommendations

В период пандемии многие предприятия обязаны были временно перейти на удалённый формат работы также приостановить свою деятельность (это те это организации, которые проводят спортивные мероприятия,

а также досуговые, развлекательные). Ну и в период выхода из пандемии организациям пришлось организовать труд исходя из данной ситуации.

Организация труда - это совокупность организационных отношений и организационных связей между работниками и средствами производства, между самими рабочими, которые устанавливают определённый порядок процесса труда, способ работы рабочей силы и средств производства, определённую эффективность трудовой деятельности [1].

Во время выхода из пандемии работодатели все же должны были позаботиться о защите своих сотрудников. Если работники заболели бы, это повлияло бы на эффективность организации. Рекомендации заключались в следующем:

- измерять температуру сотрудников и отстранять тех сотрудников, у которых высокая температура;
- продезинфицировать помещения;
- приобретать маски, перчатки и антисептики для всех сотрудников;
- так же сотрудникам из других стран не разрешалось работать в течение 14 дней, так как они могли быть заражены.

На сегодняшний день некоторые рекомендации сохраняются, это измерение температуры и ношение масок.

Организация работы работодателя во время пандемии состоялось в переводе сотрудников на удаленную работу, введение неполного рабочего дня, объяснение простоев и отправка сотрудников в отпуск, ну и после выхода из пандемии некоторые изменения остались, например удаленная (дистанционная) работа очень эффективно повлияло на молодых специалистов.

Также предприятия столкнулись с дефицитом работников так как с переводом на дистанционный формат работы, некоторые сотрудники не согласились работать в таком формате и уволились, а те кто остались стали чаще работать сверхурочно.

При организации эффективной работы при переходе предприятия на удаленную работу одним из самых важных аспектов являлся и является составление инструкции, в которой прописаны правила:

- проведение онлайн-совещаний (в таких платформах как ZOOM, Skype также WhatsApp и так далее) и ежедневных планерок;
- планирование рабочего дня как для начальства, так и для самих сотрудников;
- создание системы бонусов за качественное выполнение задачи [2].

Пандемия оказала огромное влияние на организацию труда предприятий. Сейчас, после пандемии, многие предприятия приняли решение остаться на удаленном режиме работы и использовать для делового общения сотрудников онлайн-платформы. Сотрудники, те кто оценил этот формат работы и его преимущества, не будут стремиться вернуться в оч-

ный формат работы. Работодатели могут значительно экономить деньги, оставляя в предприятиях только хороших сотрудников.

При переходе на удалённый режим работы организациям пришлось ускорить процесс цифровой автоматизации. До пандемии преобладал низкий уровень автоматизации HR-процессов. Он использовался преимущественно в крупных организациях, где функционировали департаменты управления персоналом с большим штатом сотрудников и требовал существенных финансовых затрат. Малым и средним предприятиям это было дорого и за ненадобностью некоторых функций не нужно. А вот уже после пандемии большинство предприятия перешли на цифровой формат работы [3].

Относительно мотивации принципы остались такими же как и было в период пандемии так как эти принципы мотивации очень сильно повлияло на работоспособность и эффективность работы сотрудников. Так же нужно анализировать потребности людей и соотносить результаты их работы с удовлетворением этих потребностей. Не следует забывать, что все сотрудники нуждаются в обратной связи, тем более работающие на дистанционном формате. Имея в команде таких работников, следует больше внимания уделять поддержанию корпоративного духа. В офисе многое считывается как невербальные сигналы: если руководитель похвалил работника, но сделал это сквозь зубы, это может означать, что работник в чем-то сделали ошибку. А вот удаленные сотрудники будут требовать от руководителей большей открытости и большей обратной связи.

В России множество примеров компаний, которые смогли адаптироваться к новой ситуации, найти плюсы, внедрить новшества в работу. Например, «Мегафон» стал одной из первых российских организаций, которая начала массовый переход на удаленную работу. Всего за несколько дней компании удалось перевести на дистанционную работу более 14 тысячи сотрудников. Для решения различных задач «Мегафон» использует такие сервисы, как VDI, VPN, AD, Exchange, SfB [4].

Компания Renault Group также пытается найти баланс между защитой здоровья и благополучия сотрудников и получением прибыли. Так, на московском заводе Renault каждый второй сотрудник был переведен на удаленную работу, на производстве введен масочный режим, ограничено передвижение сотрудников. Для более эффективной работы сотрудники были обеспечены всей необходимой техникой и технологиями для работы из дома. Так, связь сотрудников осуществлялась в нескольких программах: Skype, Teams, Outlook, по внутренним каналам [4].

Во многом организация работы также зависит от корпоративной культуры организации. Сотрудники «Синергии», к примеру, привыкли к строгим выполнению к назначенному времени, множеству новых проектов и большому объёму задач. Для многих из них переход на удаленный или смешанный формат работы не оказал какого-то существенного влияния,

потому что они были максимально заинтересованы в том, чтобы все процессы были налажены и функционировали не хуже, чем в офисе. Если в организации существует общепринятая и понятная корпоративная культура, которая поощряет сотрудников брать на себя ответственность за свою работу, это станет большим преимуществом в организации рабочих процессов.

Библиографический список

1. Богатырева М.Р. Организация и нормирование труда: учебное пособие / сост. А.А. Рабцевич, М.Р. Богатырева. - Уфа: БашГУ, 2020. - 300с.
2. Гришин К.Е. Управление экономикой региона в условиях коронакризиса: учебное пособие / под. ред. К.Е. Гришина, Н.А. Кузминых. - Уфа: РИЦ БашГУ, 2021. - 180с.
3. Зыкова В.М. Организация труда в COVID-19 и после // Сборник статей VI научно-технической конференции студентов и аспирантов МИРЭА, 26-27 мая 2021 г. - М.: Эдельвейс, 2021. - С. 77-84.
4. Козлова Д.Д. Особенности организации труда в период пандемии COVID-19 // Covid19 ergo zoom: трансформация и цифровизация общества в современных реалиях: материалы научно-практической конференции, 11-12 марта 2021 г. - М.: МПГУ, 2021. - С. 49-54.
5. Константинова Д.С. Основы организации труда: учебное пособие. - М.: Юрайт, 2022.
6. Рабцевич А.А. Проявления теневых взаимоотношений работника и работодателя в региональной экономике // Экономика и управление: научно-практический журнал. - 2020. - №2. - с.144-150.
7. Рабцевич А.А. Теневая занятость в Республике Башкортостан: внутриэкономический шок «Пенсионной реформы» // Доклады БашГУ. - 2020. - №1. - с.42-49.
8. Сапунова Т.А. Организация эффективной работы в условиях пандемии // Modern Science. - 2020. - № 12. - с.174-178
9. Умаров И.А. О механизмах вовлечения молодежи в научную и инновационную деятельность / И.А. Умаров, А.А. Рабцевич // Экономика и управление: научно-практический журнал. - 2022. - №2. - с.149-156.

УДК 330.34

ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ БЛАГОПРИЯТНОГО ИННОВАЦИОННОГО КЛИМАТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ярметов В.Г. магистрант 1-го курса

Научный руководитель: Ибрагимова З.Ф., к.э.н., доцент

Башкирский Государственный Университет, Уфа

Аннотация. Статья посвящена теме инноваций и ее значимости. Для поддержки экономического роста Российской Федерации важна инновационная деятельность, значит необходимо создать условия для ее развития. В работе указаны существующие проблемы, которые препятствуют в создании благоприятного инновационного климата Российской Федерации.

Ключевые слова: инновации, инновационный климат, инновационная деятельность.

PROBLEMS OF CREATING A FAVORABLE INNOVATION CLIMATE OF THE RUSSIAN FEDERATION

Yarmetov V.G. master's student of the 1rd year

*Supervisor: Z. F. Ibragimova, Candidate of Economics, Associate Professor
Bashkir State University, Ufa*

Abstract. The article is devoted to the topic of innovation and its significance. Innovative activity is important to support the economic growth of Russian Federation, so it is necessary to create conditions for its development. The paper identifies the existing problems that hinder the creation of a favorable innovation climate in Russian Federation.

Keywords: innovations, innovation climate, innovation activity.

На сегодняшний день инновационная деятельность является важным фактором в поддержке экономического роста страны. Создание и внедрение новых продуктов и технологий трудно представить без обновления производственных мощностей или проведения их технологической модернизации. Инновационный климат страны в данном случае играют важнейшую роль в развитии инноваций. На современном этапе является актуальным и необходимым создание благоприятных условий для возможности развития инновационной деятельности [1]. Выделим основные проблемы в создании благоприятного инновационного климата Российской Федерации.

Во-первых, уменьшается количество инновационно активных предприятий. Данные предприятия отличаются положительным отношением к инновационному пути, принятие его полезности, осознание, создание общего настроения на нововведение [2]. В течении последних 10 лет доля инновационно активных предприятий в общем числе промышленных предприятий варьировалась в пределах 9%. Что говорит нам о низком инновационном развитии и потенциале экономики [3]. Также это может быть связано со следующей проблемой.

Во-вторых, сдерживание инновационной деятельности промышленных предприятий из-за ограниченности источников ее финансирования. Только за последний несколько лет объем расходов на инновации уменьшился на 10% [3]. Большинство предприятий находится в кризисном положении, высокие кредитные ставки и невозможность получения долгосрочных кредитов – все это объединяет финансово-экономическая нестабильность в стране.

В-третьих, тормозится развитие высокотехнологических отраслей промышленности. В экономике развитых ведущих стран высокотехнологические отрасли промышленности вносят важный вклад в общее промышленное производство, так и в экономическую прибыль. За последние

годы высокотехнологичные производства и отрасли Российской Федерации с высокой добавленной стоимостью продолжают деградировать. По сравнению с развитыми странами доля инновационных предприятий Российской Федерации не изменилась и очень низка [4].

В-четвертых, невысокая эффективность государственной инновационно-инвестиционной политики. Для поддержки инновационной деятельности необходимо, чтобы правительство создавало благоприятный инновационный климат в промышленности, а также принимало участие в организации, финансировании и оценке основных тенденций научно-технического развития и роста общегосударственного инновационного потенциала. Для обеспечения экономического роста важную роль играет технологический прогресс, поэтому необходима помощь государства в научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработках. Вся деятельность центральных органов по управлению инновационной политики все еще находится на начальной стадии. Развитие инновационной политики представляет из себя мощный инструмент в руках государства, для предотвращения ухудшения экономики и заполнения рынка конкурентоспособной продукции [5].

Таким образом, развитие инновационной деятельности напрямую связано с привлечением инвестиций и является одним из основных факторов экономического роста. Поэтому необходимы существенные изменения в подходах ведения инновационной политики страны.

Библиографический список

1. Состояние и перспективы развития инновационной деятельности в Российской Федерации в XXI веке // Статистика и экономика, Т.18., №2, 2021, - С.34
2. Максименко Б.И. Инновационно активные организации // Образование и инновационной развитие – С.71
3. Фридлянова С. Ю. Инновации в России: Динамика основных показателей [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://issek.hse.ru/news/224259845.html?ysclid=l28lmj7x5m>
4. Шик Е.В., Шарова И.В. Анализ инновационной активности России на основе международного сопоставления [Электронный ресурс] – режим доступа <http://edrj.ru/article/11-06-2019>
5. Бондаренко Н.Е. Роль государственной инновационной политики в развитие современной экономики // Вестник РЭА, №4, 2010, - С.44

Актуальные проблемы и пути развития банковской сферы



ВЛИЯНИЕ ВАЛЮТНОГО КУРСА НА БАНКОВСКУЮ СИСТЕМУ ГОСУДАРСТВА

Анисимов И.А. бакалавр 2-го курса

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

Аннотация. Данная статья нацелена на раскрытие проблем внутри банковской системы РФ. Статья рассмотрит теоретические понятия, знания в сфере валютной и банковской системы, для выявления положительного или отрицательного влияния курса. Рассматривается роль внешних факторов на государство и их последствия, которые отражаются внешней и внутренней политики страны. Тема статьи актуальна в связи с недавними внешними политическими и экономическими ситуациями, ведь, резко принятые политические или экономические решения будут нести последствия моментально. Актуальность выбранной темы рассматривается через исторические примеры государства и более подробное раскрытия понятий валютного курса и банковской системы.

Ключевые слова: Валютный курс, банковская система, национальная валюта, иностранная валюта, Центральный банк.

THE IMPACT OF THE EXCHANGE RATE ON THE BANKING SYSTEM OF THE STATE

Anisimov I.A. Bachelor of the 2nd year

*Supervisor: Kostina O.I., Ph.D. Professor
Kaluga Branch of the Financial University, Kaluga*

Annotation. This article is aimed at revealing the problems within the banking system of the Russian Federation. The article will consider theoretical concepts, knowledge in the field of the currency and banking system, to identify the positive or negative impact of the exchange rate. The role of external factors on the state and their consequences, which are reflected in the country's foreign and domestic policy, are considered. The topic of the article is relevant in connection with recent external political and economic situations, because sharply made political or economic decisions will bear consequences instantly. The relevance of the chosen topic is considered through historical examples of the state and a more detailed disclosure of the concepts of the exchange rate and the banking system.

Keywords: Exchange rate, banking system, national currency, foreign currency, Central Bank.

Валютный курс, по сути, является ценой национальной денежной единицы, выраженной в ценах других денежных единиц различных стран, то есть иностранных. Валютный курс необходим при осуществлении внешних финансовых операций между странами. Также стоит отметить, что курс валюты является прямой опорой для обмена национальной валюты на иностранную. В некоторых странах с нестабильным курсом, гражданам вместо накопления и сбережения национальной денежной единицы,

хранят иностранную валюту. Это делается для будущего обмена этой иностранной валюты на национальную, когда курс будет достаточно выгоден.

Здесь можно привести пример с Россией, когда недавно за 1 доллар просили, как минимум 120 рублей, со временем курс рубля к доллару, соответственно, пришел в норму. Во время такого нестабильного курса гражданин мог обменять свои сбережения в виде долларов и получить от этого прибыль, а уже после того как курс вернулся к своему дефолту обратно закупить иностранную валюту. Такие «хитрости» влияют на банковскую систему тем, что, когда происходит масштабное политическое или экономическое событие, которое точно повлечет за собой последствия на валютный курс, люди в первую очередь будут проводить денежные операции, снимая деньги со своих счетов, с банкоматов для обмена валют, также пытаясь закупить те или иные акции, или, наоборот продать их.

На курс валюты влияет ее популярность, количество выпуска ее в обращение и количество на валютном рынке, действия центральных банков и непредвиденные обстоятельства, например, военные действия, экономические кризисы или климатические катастрофы [1].

Именно таким образом валютный курс сильно влияет на банковскую систему, которая в свою очередь будет влиять на экономику страны, на ее положение на мировом уровне.

Банковская система — это совокупность различных видов национальных банков и кредитных учреждений, действующих в рамках общего денежно-кредитного механизма.

К основным задачам банковской системы относят:

1. Накопление временно свободных в государстве ресурсов;
2. Обеспечение нормального функционирования и развития экономики;
3. Посредничество в отношениях между банком и клиентом;
4. Кредитование производства.

У банковской системы Российской Федерации имеются основные элементы, благодаря которым, система и функционирует. К этим элементам относятся – ЦБ РФ, коммерческие банки и НКО [2].

Структура банковской системы бывает двух видов: одноуровневая и двухуровневая. В России двухуровневая банковская система, состоящая из ЦБ РФ и коммерческих банков. Отмечается, что именно двухуровневые банковские системы характерны для стран с высокоразвитой экономикой.

Валютный курс непосредственно влияет на стабильное функционирование банковской системы, так как именно валютный курс показывает стоимость денежной единицы одного государства в денежных единицах другого [3].

Для четкого понимания важности влияния валютного курса на банковскую систему, необходимо углубиться в исторический пример, в момент кризиса в России еще в 2014 году.

В 2014 году у российской экономики возник серьезный экономический кризис, статистика установила, что обвал рубля в этот период произошел в первую очередь из-за резкого снижения цены на нефть и газ. Но вне зависимости от этого очень большую роль сыграли санкции, направленные на Россию из-за конфликта с Украиной и присоединением Крыма. Данная ситуация ярко показывает, как внешние факторы могут повлиять на экономику государства, на уровень инфляции. После ввода санкций в России начался снижаться потребительский спрос, повышаться безработица и снижаться общий уровень дохода населения. Если обращать внимание на использованную выше информацию, то вывод напрашивается сам – большое влияние идет в первую очередь от внешних факторов. В этом примере внешним фактором выступал военный конфликт и экономический кризис в виде спада цен на важные ресурсы.

Другим примером можно взять совсем недавнюю ситуацию по отношению России к Украине. В связи с политическим решением в виде проведения военной операции на территории Украины, по отношению к РФ были введены санкции. Введенные санкции, как и в 2014-2015 году понесли за собой рост инфляции, снижение доходов населения, экономический спад и т.д. Был превышен исторический максимум курса рубля к доллару и евро, что отразилось непосредственно на банковскую систему. Центральным Банком было предпринято резкое вмешательство и повышение ключевой ставки сразу на 10 процентов, всего за неделю ключевая ставка была уже двадцать процентов. При повышенной ключевой ставке проценты по кредиту будут тоже достаточно высокими, что приведет к низкому уровню денежного обращения, что прямо влияет и на банковскую систему, и на экономику страны, и на страну в целом.

Отмечу, что после внешнеполитической ситуации из страны постепенно начал уходить импорт, что также сказывается негативно на экономике, банковской системе, тем, что замедляется производство товаров и услуг внутри государства.

На данный момент ситуация уже урегулировалась, не смотря на продолжение военной операции, грамотное ведение внешней политики РФ, валютный курс в первые с 2020 года опустился до своего минимума в 67 рублей за доллар, соответственно 69 рублей за евро. Ключевая ставка также была снижена до 14 процентов на 4 мая 2022 года [4]. Со временем инфляция будет снижаться, что приведет к более стабильным ценам и росту доходов населения, благодаря чему понизиться и уровень безработицы.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что валютный курс сильно влияет на банковскую систему, которая в свою очередь влияет на экономику государства, и на функционирование государства в целом, затрагивая много необходимых факторов. Для стабильного курса валюты необходимо проверять каждое внешнее политическое или экономическое ре-

шение на мировом уровне, так как от последствий после принятия решений будет зависеть жизнь государства.

Библиографический список

1. Божечкова, А. В. Анализ факторов динамики реального валютного курса рубля / А.В. Божечкова. - Москва: Наука, 2021. - 985 с.
2. Наточеева, Н. Н. Банковское дело: учебное пособие для бакалавров / Н. Н. Наточеева, Э. И. Абдюкова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. – 158 с.
3. Современная банковская система Российской Федерации: учебник для вузов / Д. Г. Алексеева [и др.]; ответственный редактор Д. Г. Алексеева, С. В. Пыхтин. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 290 с.
4. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации URL: <https://cbr.ru/> (Дата обращения 04.05.2022).

УДК 336.7

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ 2022

Блохина А.С. бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., профессор
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье рассмотрена текущая проблематика функционирования российской банковской системы, вызванная западными санкциями в 2022 г. Представленные в статье данные позволяют сформировать объективную картину о текущих проблемах и необходимых мерах в сфере повышения устойчивости российской банковской системы в современных условиях. В заключении приведены выводы по итогам проведенного исследования.

Ключевые слова: банк, банковская система, Центральный Банк России, санкции, экономическая блокада, транзакции, инфляция, национальная валюта.

CURRENT PROBLEMS OF THE BANKING SYSTEM OF THE RUSSIAN FEDERATION UNDER THE CONDITIONS OF SANCTIONS 2022

Blokhina A.S. Bachelor of the 2nd year

*Scientific adviser: Kostina O.I., Candidate of Sciences Associate Professor
Kaluga Branch of the Financial University, Kaluga*

Abstract. The article considers the current problems of the functioning of the Russian banking system, caused by Western sanctions in 2022. The data presented in the article allow us to form an objective picture of the current problems and necessary measures to improve the stability of the Russian banking system in modern conditions. In conclusion, conclusions are given based on the results of the study.

Keywords: bank, banking system, Central Bank of Russia, sanctions, economic blockade, transactions, inflation, national currency.

Актуальность темы статьи обусловлена важностью банковской системы для обеспечения стабильного развития экономики в условиях кризиса и масштабных внешних ограничений. В связи с тем, что банковская система нашей страны испытывает периодически возникающие кризисные явления, возникает необходимость поиска новых методов решения регулирования параметров оценки деятельности банков для обеспечения их финансовой устойчивости. Банковская система подвержена внутренним финансово-экономическим проблемам, вызванными глобальными мировыми процессами, которые связаны с враждебной политикой ряда западных стран по отношению к Российской Федерации. Вследствие введения незаконных санкций российская банковская сфера столкнулась с рядом проблем, которые обусловили необходимость поиска новых решений при осуществлении своих стандартных функций.

Российская банковская система зародилась еще в царские времена и впоследствии претерпевала различные изменения по мере изменения структуры общества и форм хозяйствования. После перестройки структуру современной банковской системы России разрабатывали при участии западных консультантов, поэтому она и была создано по наиболее распространенной на Западе схеме – в виде двухуровневой системы. Однако некоторые особенности территориального управления наложили свой отпечаток и внесли своеобразные особенности.

На протяжении всей своей истории банковская система России пережила немало кризисов, которые существенным образом отражались на ее деятельности. При этом в последние годы сформировались новые вызовы, к которым сложно было подготовиться заранее. Так, распространение пандемии коронавируса обусловило введения временных карантинных мер и длительных ограничений для ряда отраслей национальной экономики. С течением времени это обусловило волну банкротств и увольнений, что отрицательно отразилось на банковской системе, так как резко вырос уровень просроченной задолженности.

В начале 2022 г. российская банковская система столкнулась с новыми проблемами. Из-за спецоперации на Украине, ряд западных стран во главе с США ввели так называемые «санкции», которые по сути означали финансовую блокаду России и неправомерный отъем ее золото-валютных ресурсов. В западных странах заговорили о «тотальной экономической войне» против России, основной удар которой приходился именно на финансовую сферу и связанную с ней банковскую систему. Были введены ограничения против ряда крупнейших российских банков, включавшие запрет на использование системы SWIFT и совершение транзакций в иностранных валютах (доллара США и Евро) [1; 2].

Несколько российских банков были исключены из системы международных платежей SWIFT, что фактически отрезало их от глобальной финансовой инфраструктуры. США, Великобритания, Канада и ЕС также

ввели запрет на использование Центральным банком России международных резервов, фактически заморозив валютные резервы ЦБ РФ на сумму \$640 млрд. Единственными центральными банками, подвергшимися ранее санкциям США, были банки Ирана, Северной Кореи, Сирии и Венесуэлы. Такие санкции серьезно ограничивают способность центрального банка поддерживать рубль, предоставлять финансирование в иностранной валюте коммерческим банкам и обрабатывать платежи в иностранной валюте для российских компаний [1].

К 8 марта Fitch, Moody's и S&P снизили кредитный рейтинг России до преддефолтного состояния. Российская военная операция в Украине была встречена введением жестких и масштабных экономических санкций. Они коснулись высокопоставленных чиновников, промышленных гигантов и даже Центрального банка России (ЦБ РФ). Из последних новостей стало известно, что Россия подверглась самым жестким экономическим санкциям в истории – запрет на импорт российских энергоресурсов в Соединенные Штаты делает Россию самой подверженной санкциям страной в мире. В попытках стабилизировать экономику, Россия ответила введением контроля за движением капитала, повышением ключевой ставки до 20% и остановкой фондового рынка. Как результат – экономический кризис

В мире уже есть подобный пример, когда от системы SWIFT отключили целую страну (Иран), а не отдельные банки, как произошло в Российской Федерации. Второе - это желание Запада не решить конфликт, а «продать» свои интересы. Западные страны формируют «освободительную» риторику, на самом же деле все ограничивается пропагандой и мыслями о возможных выгодах. Если сравнить экспортные показатели Ирана, России и Китая, то можно увидеть, что Россия значительно превосходит данные страны в мировой экспортной экономике. Но это также свидетельствует о том, что санкционная политика в отношении Китая и Ирана носит политический характер, так как страны Евросоюза понесли большой урон от введения ограничений, нежели те страны, к которым данные меры применялись. Ограничительные меры подстегнули Китай к внедрению собственного инструмента обмена банковской информацией, именуемого CIPS (Chinese International Payment System). На данный момент через данную систему проходит большая часть всемирных торговых сделок, отчего китайская экономика имеет огромные поступления в бюджет. Конечно, инструкций и алгоритмов, позволяющих провести оценку хотя бы примерных потерь международного оборота от отключения России от SWIFT, попросту не существует. При этом, абстрагируясь от точных оценок, несомненно, стоит ожидать шоковые последствия от данных мер для национальной экономики. Больше всего от этого 4 пострадает банковский сектор России. Учитывая, что от устойчивости развития российской экономики зависят показатели социальноэкономического развития союзных госу-

дарств, эти санкции повлияют и на ВВП Казахстана, Армении, Беларуси. Тем не менее, и в этих оценках нет единого мнения! На данный момент Россия имеет огромные доходы от продажи нефти и нефтепродуктов, так как за последнее время цена на данные экспортные товары значительно возросла. В связи с чем можно ожидать профицитного «рублевого» баланса, что вкупе со снижением курса национальной валюты сможет с лихвой обеспечить выполнение государственных обязательств как перед своими гражданами, так и перед государствами.

На фоне тиражирования новостей о санкциях и возможных последствиях из-за них, среди россиян началась паника, обусловившая рост спроса и формирование волны инфляции. Для решения этой проблемы Центральный Банк был вынужден повысить ключевую процентную ставку до 20%. Это положительно отразилось на инфляционных процессах, но имело отрицательные последствия на сфере кредитования как физических, так и юридических. Банки были вынуждены пересматривать уже одобренные кредиты и повышать уровень процентной ставки по ним. Среди россиян и российских организаций спрос на кредитные банковские продукты резко упал. В долгосрочной перспективе такая ситуация негативно скажется на финансовых результатах российской банковской системы, так как сфера кредитования является наиболее востребованным продуктом и основным источником получения дохода банковскими учреждениями.

Итак, систематизируя вышеизложенную информацию, перечислим на рисунке 1 основные проблемы, с которыми столкнулась российская банковская система в 2022 г. из-за введенных западных санкций.

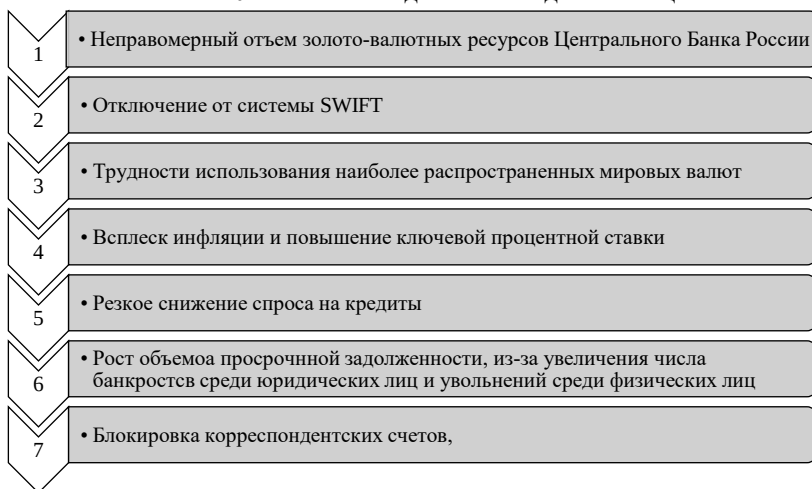


Рисунок 1. Основные проблемы, с которыми столкнулась российская банковская система в 2022 г. из-за введенных западных санкций

Для выхода из сложившейся ситуации Банком России практически сразу же были предприняты соответствующие меры, направленные на смягчение удара по банковской системе и обеспечения ее устойчивости. Центральный Банк России опубликовал перечень мер, которые призваны обеспечить устойчивость российских банков и поддержать заемщиков. В разработанный список вошли следующие меры (см. рис. 2).

Предпринятые меры позволили банковской системе быстрее адаптироваться к кризисным условиям и стали основой для проведения гибкой регуляторной политики в дальнейшем. Но многие трудности еще только предстоит преодолеть, что накладывает на руководство Центрального Банка России высокую ответственность за обеспечение устойчивости и развития банковского сектора в ближайшие годы.

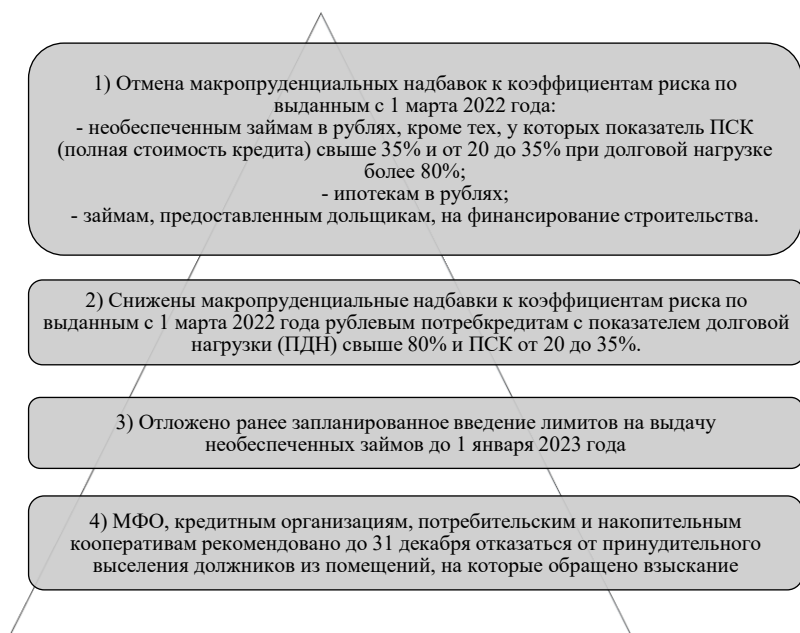


Рисунок 2. Меры Центрального Банка на фоне введенных санкций в 2022 г. [3]

Отдельно следует упомянуть, что в настоящее время не до конца решенной остается проблема обеспечения покупок россиян в иностранных онлайн-магазинах и обеспечение транзакций с зарубежными контрагентами для отечественных компаний. Это не является большой проблемой, но все-таки затрудняет осуществление привычных финансовых операций для российских граждан и организаций.

Большие надежды для обхода санкций возлагаются на внедрение цифрового рубля, однако его внедрение потребует немало времени, которого у российской банковской системы и так нет. Необходим экстренный поиск временных альтернатив, с целью обеспечить функционирование всех отраслей отечественной экономики с последующим переводом на цифровое обеспечение международных транзакций.

Таким образом, в 2022 г. российская банковская система столкнулась с новыми вызовами, которые обусловлены введением экономической и финансовой блокады нашей страны со стороны ведущих финансовых держав. С наибольшими и наиболее острыми проблемами удалось справиться, однако нерешенными остаются все еще немало вопросов, от которых зависит финансовые результаты и дальнейшая устойчивость российской банковской системы. В таких условиях только комплексная работа по всем актуальным вопросам будет способна обеспечить устойчивость банковской системы России в кризисный период времени и создать предпосылки для интенсивного роста после снятия всех ограничений и перехода к стабильным условиям функционирования.

Библиографический список

1. Запад замораживает внешние активы ЦБ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/newspaper/2022/02/28/621a5d149a7947339> ae7351c (дата обращения: 27.04.2022).
2. Санкции против России [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://emigrating.ru/27-04-2022-sanktsii-protiv-rossii/> (дата обращения: 27.04.2022).
3. ЦБ разработал меры по поддержке банков и заемщиков [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.business.ru/news/30601-banku> (дата обращения: 27.04.2022).

УДК 336.7

БАНКОВСКИЙ СЕКТОР РОССИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ 2022

Галстян Э.А., бакалавр 2-ого курса,

Лысцева Е.А., бакалавр 2-ого курса

Научный руководитель: *Костина О.И., к.э.н., доцент*

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В данной статье рассматривается работа банковской системы в условиях санкций, как санкции повлияли на банковский сектор России. Проанализирована динамика изменений ключевой ставки Центрального Банка, проблемы и перспективы платежной системы России, отключение от международной системы SWIFT.

Ключевые слова: банковский сектор, санкции, проблемы, перспективы, платежная система.

RUSSIA'S BANKING SECTOR UNDER SANCTIONS 2022

Galstyan E.A., bachelor degree of the 2nd year,

Lystseva E.A., bachelor degree of the 2nd year
Supervisor: Kostina O.I., Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga.

Abstract. This article examines the work of the banking system under sanctions, how sanctions affected the banking sector of Russia. The dynamics of changes in the Central Bank's key rate, problems and prospects of the Russian payment system, disconnection from the SWIFT international system are analyzed.

Keywords: banking sector, sanctions, problems, prospects, payment system.

Банковский сектор является важнейшей частью финансовой системы. Кредитные организации проводят расчеты, обеспечивают сохранность средств клиентов на банковских счетах и трансформируют эти средства в кредиты экономике.

Банки в России входят в двухуровневую систему:

- верхний уровень, которой представлен ЦБ РФ,
- нижний — кредитными организациями РФ и представительствами иностранных банков.

От состояния и тенденции развития банковского сектора зависит эффективность экономики страны. Происходящие сейчас изменения на финансовых рынках требуют осмысления роли кредитных организаций в развитии российской экономики. Особенно повлияли на это санкции, в связи с конфликтом на Украине. В долгосрочной перспективе санкции могут оставить серьёзные экономические последствия на банковском секторе РФ.

Банковская система представляет собой совокупность разных видов национальных банков и кредитных учреждений, которые действуют в рамках общего денежно-кредитного механизма. Банковская структура включает в себя:

- Центральный банк,
- сеть предпринимательских банков,
- кредитно-расчётные центры.

Современная банковская система является значимой областью национального хозяйства любого высокоразвитого государства. Её практическая функция зависит от того, что она:

- управляет в государстве системой платежей и расчетов,
- значительную часть своих коммерческих сделок реализует через вклады, инвестиции и банковские операции,
- наряду с иными экономическими посредниками банки направляют сбережения населения к компаниям и производственным подсистемам.

Санкции против российских банков стремительно увеличиваются. На середину апреля санкции внесены в отношении 14 банков, на долю кото-

рых приходится более половины всех банковских капиталов в России. Картина нынешнего периода показана в табл. 1.

Сейчас в топ-10 российских банков государственные преобладают над частными. К государственным относятся Сбербанк, ВТБ, Газпромбанк, Россельхозбанк, банк «Открытие», к частным — Альфа-Банк, Совкомбанк и Райффайзенбанк. Но совсем скоро к ним может прибавиться ещё один частный банк. Компания «Интерросс» Владимира Потанина объявила о покупке доли Олега Тинькова в «Тинькофф Банке». Сделка уже одобрена Центральным банком.

Таблица 1. Список попавших под санкции банков

Банк	Отсечение от SWIFT	Блокирующие Санкции	Прочие санкции
Альфа-Банк	нет	США, Великобритания	Запрет на привлечение заёмных средств в Европе, санкции Японии
ВТБ	да	США	Европа
ВЭБ	да	США	Европа
Газпромбанк	нет	-	Запрет на привлечение заёмных средств в США, санкции Великобритании
Сбербанк	нет	США	Великобритания, Япония
Совкомбанк	да	США	Европа
СМП Банк	нет	-	Великобритания
Россия	да	США	Европа
Россельхозбанк	нет	США	Великобритания
Новикомбанк	да	США	Европа
Московский кредитный банк	нет	-	Великобритания
Уральский банк реконструкции и развития	нет	-	Великобритания
Открытие	да	США	Великобритания
Промсвязьбанк	нет	США, Европа	-

Это уже второе банковское приобретение Потанина за последние недели. Ранее стало известно, что «Интерросс» купит Росбанк — «дочку» французской группы Societe Generale, которая решила свернуть бизнес в России. Скорее всего, это закончится слиянием банков. Объединение «Тинькофф Банк» и Росбанк приведет к появлению такой кредитной организации, которая сможет конкурировать с крупнейшими государственными банками. Активы Росбанка на конец февраля 2022 года оценивались в 1,6 трлн рублей, а активы «Тинькофф Банка» — в 1,3 трлн. В сумме их активы составят больше 2,8 трлн рублей. С таким показателем кредитная

организация займёт в рейтинге крупнейших банков девятое место, обойдя Совкомбанк и уступив только Альфа-Банку и «Московскому кредитному банку».

Цель санкций – отрезать банк от выполнения международных операций и блокировать его активы. Блокирующие санкции США вводятся путем включения банка в «черный список SDN», то есть совершенную блокировку активов, которые размещаются на территории США, а также запрет на долларовые операции между санкционным банком и американскими контрагентами.

Блокирующие санкции запрещают клиентам банка использовать за границей картами санкционных банков, оплачивать покупки в зарубежных интернет-магазинах и проводить международные валютные переводы. Платежные системы Visa и Mastercard выдвинули свои санкции против всего российского банковского сектора, но они функционируют внутри России, независимо от того, каким банком они выпущены. Также не работают с картами российских банков сервисы Apple Pay и Google Pay.

На территории России все платежи и переводы работают и в рублях, и в валюте, но на снятие наличной валюты внесено краткосрочное ограничение. Для внутренних пользователей банков ничего не поменялось, трудности появятся у тех, кто отправляется за границу с картами, выпущенными любым российским банком.

SWIFT – это защищенная структура обмена сообщениями между банками. Её ещё называют внутренним банковским интернетом. Главное её достоинство – способность быстро и недорого проводить операции через защищенные каналы.

Есть список банков, которые уже отключены от международной системы SWIFT, но даже при полном отключении банковская активность полностью не останавливается. Примером служит Иран, полностью отключенный от SWIFT с 2018 года. Конечно, операции проводятся не так быстро, как раньше, и дороже, но всё же есть возможность провести платеж или перевод.

Также есть трудности с бесконтактными платежами и большие очереди у банкоматов. Россияне встречаются с проблемами при оплате проезда на транспорте, товаров в магазинах и вновь приспосабливаются к наличным деньгам. По данным ЦБ, объем наличных в обращении в России за 25 февраля 2022 года увеличился на рекордные 1,4 трлн рублей. Недоверие россиян к банковской системе очень возросло. Это привело к тому, что они снимают за рабочий день до 50 миллиардов рублей. И даже вирус, который может передаваться через наличные, никого не напугал. Получается, что клиенты снимают за пару дней сумму, которая равна бюджету региона. Из разных регионов страны приходят сообщения об очередях возле банкоматов. Очереди за наличными есть и в Москве.

Московский департамент транспорта объявил, что усилит в метро функционирование касс из-за проблем с Apple Pay и Google Pay. Причиной является банк ВТБ (попавший под санкции), который отвечает за все платежи в столичной подземке. Ведомство рекомендует москвичам пользоваться физическими банковскими картами или картами «Мир».

ЦБ увеличил объем покупки ценных бумаг у банков с последующей их продажей в определенную дату. Цель данной меры заключается в том, чтобы наличные в офисах и банкоматах не заканчивались. Поэтому нет смысла бежать и снимать деньги, их в любом случае должно хватить всем. Лучше задуматься о том, как сохранить и приумножить сбережения.

Многие банки сегодня улучшили условия по депозитам и «копилкам». Это обоюдовыгодные предложения – одна сторона получает средства для работы, а другая – выгодный процент.

Также санкции повлияли на банковские вклады и кредиты. Рублевые и валютные вклады размещаются в полной сохранности, а операции поступления проводятся в обычном режиме, рублевые суммы можно снимать без ограничений. На снятие валюты внесено временное ограничение до 9 сентября 2022 года. Снять можно средства, которые уже находились на валютном счете на дату 9 марта 2022 года. За весь период с 9 марта по 9 сентября можно снять не более 10 тысяч долларов США или евро эквивалентной суммы, другие средства валютного счета можно снять в рублях, конвертация производится на дату снятия.

Главной проблемой вкладчиков является разгон инфляции при фиксированных ставках по депозитам. ЦБ рекомендовал банкам повысить ставки по депозитам, чтобы защитить вклады физических лиц от обесценивания. Банки подняли ставки, но только на короткие депозиты и только после поднятия ключевой ставки до 20 %. Это поможет обеспечить финансовую стабильность, подавить скачок инфляции, предотвратить остановку экономики, защитить сбережения от обесценивания, поддержать спрос в экономике и способствовать сдерживанию инфляции.

После объявления о снижении ключевой ставки до 17 % с 11 апреля банки стали переделывать ставки по депозитам в меньшую сторону. 8 апреля состоялось заседание Совета Директоров ЦБ РФ, на котором приняли решение снизить ключевую ставку. Правление ЦБ полагает ситуацию в российской экономике по-прежнему непростой, риск финансовой неустойчивости сохраняется, но перестал нарастать, поэтому руководство сочло возможным снизить ставку.

По действующим кредитам, выданным по фиксированным ставкам, банки не могут поменять условия, а также повысить ставку. Почти вся ипотека и розничные кредиты выданы именно по фиксированным ставкам. Что касается бизнеса такого запрета нет. Нередко в кредитном договоре есть такой пункт, который даёт право банку пересматривать ставку в одно-

стороннем порядке. Некоторые банки уже воспользовались этим и увеличили ставки по уже действующим коммерческим кредитам.

Даже основной сценарий «Эксперт РА» не обуславливает роста прибыли в 2022 г. относительно прошлого года – сектор может заработать 2,1–2,3 трлн руб. В 2021 г. прибыль банка составила 2,5 трлн руб. Это получилось благодаря значительному снижению отчислений в резервы и низкой стоимости риска, а также всплеску транзакционной деятельности и комиссионных доходов на фоне возобновления экономической активности и стремительного роста кредитования.

В 2022 г. рассчитывать на такой успех не стоит:

- рынок потребкредитования будет охлаждаться (темпы роста замедлятся с 20 до 12–15%),
- выдача ипотеки замедлится (с 27 до 15–19%),
- фондирование будет дорожать из-за увеличения ключевой ставки, вырастет и стоимость риска.

Таким образом, можно подчеркнуть перспективу постепенного снижения российского рынка. На банковский сектор еще минимум год будет действовать весьма огромная загруженность. И то, что сейчас делают ЦБ и остальные финансовые организации – это комплекс мер по стабилизации финансовой системы, его задачи – не дать инфляции стремительно вырасти и ударить по уровню жизни.

Библиографический список

1. Анохина А.А. Банковская система: проблемы и перспективы / А.А. Анохина // Образование и наука в современных условиях. - 2021. - № 3. - С. 272-274.
2. Печникова А.В. Банковские операции: Учебник - М.: Форум, 2016. - 368 с.
3. Романова, М.В. Банковская деятельность: налоговый аспект / М.В. Романова. - М.: БДЦ-пресс, 2016. - 312 с.
4. Банковский сектор: актуальность на 2022 год [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vc.ru/finance/405203-bankovskiy-sektor-aktualnost-na-2022-god>
5. Прогноз банковского сектора на 2022 год: передышка после рекордов [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://raexpert.ru/researches/banks/bank_forecast_2022/

УДК 336.7

ЦИФРОВИЗАЦИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ

Демичева Е.А., бакалавр 2-го курса

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

Аннотация: в работе рассказывается о цифровизации, как о современном процессе развития банковской системы, об этапах ее становления в РФ и о вероятных положительных и отрицательных последствиях.

Ключевые слова: цифровизация, банковский сектор, банковская система, цифровые технологии, информационные технологии, экосистема

DIGITALIZATION OF THE BANKING SYSTEM

Demicheva E.A., bachelor of the 2st year

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

Annotation: the paper describes digitalization as a modern process of development of the banking system, the stages of its formation in the Russian Federation and the likely positive and negative consequences.

Key words: digitalization, banking sector, banking system, digital technologies, information technologies, ecosystem.

С развитием всех сфер жизнедеятельности человека развивались и информационные технологии. В современных условиях использование цифровых технологий стало неотъемлемой частью абсолютно каждого человека. На данный момент цифровизация коснулась абсолютно всех.

В настоящее время уже стало невозможным найти какую-либо сферу жизни, которая может существовать без информационных технологий. Все большее их развитие дает возможность людям пользоваться какими-либо услугами, не выходя из собственного дома. Например, платформы банков, через которые клиент может осуществить какую-либо операцию, вплоть до взятия кредита. Одновременно с уже существующими информационными технологиями разрабатываются более адаптированные под современный мир программы, значительно облегчающие ведение бизнеса за счет увеличения эффективности и снижения издержек.

Термин цифровизация можно определить как непрерывный, глобальный процесс внедрения более эффективных современных цифровых технологий во все сферы жизни человека. Банковский сектор играет важную роль в процессе цифровизации. Он стремится постоянно внедрять в свою работу новые цифровые решения, которые ускоряют развитие цифровизации, что является важной задачей для развития российской экономики.

В настоящее время банки стремятся к цифровым технологиям для развития конкуренции на финансовом рынке, чтобы повысить доступность, качество и ассортимент финансовых услуг. Цифровизация банковского сектора является сложным процессом, который подразделяется на внутренние и внешние факторы влияния, которые определяют особенности и эффективность этого процесса в банках с учетом их специфической направленности, масштабов деятельности, а также перспектив его развития.

Внешние факторы влияния подразделяют на факторы прямого и косвенного воздействия на окружающую среду. К факторам прямого воздействия принято относить факторы, которые оказывают непосредственное

влияние на организацию. К ним принято относить потребителей, конкурентов, поставщики капитала и других. В условиях современной конкуренции производителям необходимо научиться продавать свою экосистему сервисов, в которых они функционируют или будут функционировать. Факторы косвенного воздействия оказывают непосредственное влияние на цифровизацию банковской системы. К ним относят: текущее состояние экономики, политическую стабильность, государственную безопасность и другое.

Важно отметить, что внешние факторы дают определение внутренним факторам. Их, как правило, подразделяют на три подхода: организационные, технологические и финансово-экономические. Среди них основными являются: разработка стратегии банка, квалификация сотрудников, технологии выполнения и имеющийся уровень цифровизации банковских операций и услуг, а также немаловажным являются объем собственного капитала и структуры активов и пассивов. Эти факторы способствуют развитию цифровизации банковской системы.

Изначально цифровые технологии в банках России начали использоваться еще в 90-х годах 20 века, из-за большого количества архивных данных, с которыми все труднее становилось работать. Именно тогда были разработаны самые первые программы, с помощью которых работники банков могли выполнять какие-то базовые операции.

После того как первая, самая элементарная программа прижилась, стали разрабатывать более продвинутые программы и серверы. Так, в те же годы 20 века появились первые централизованные серверы, которые позволяли хранить информацию и автоматизированные банковские системы для внутренних расчетов.

Благодаря развитию цифровых технологий в банковской системе, повысился уровень коммуникации между различными офисами одного банка и между банками в целом, увеличился масштаб предоставления банковских услуг за счет расширения банковской системы.

С начала 21 века начался «прорыв» в науке в сфере цифровых технологий, поэтому население Российской Федерации стало узнавать, что такое Интернет и постепенно внедряться во всемирную «паутину». Постепенно новые цифровые технологии коснулись каждого, появилось множество онлайн-сервисов, в которых был личный кабинет пользователя банковских услуг, а вместе с ними появились электронные деньги. Этот процесс был постепенным и на сегодняшний день банки начали использовать не просто онлайн-сервисы, с помощью которых они предлагали пользователям банковских услуг возможность осуществлять только финансовые операции, соответствующие компетенции банка, они начали объединять существующие онлайн-сервисы и вновь созданные в целые экосистемы. Мобильные разработки начали совершенствоваться и набирать все больший оборот среди населения. Стали выпускать приложения банков для мобиль-

ных телефонов, они позволили следить за всеми расходами и доходами, а также пополнять карту, не используя при этом банкомат, а только доступный мобильный сервис, если денежные средства находятся в электронном виде на счетах других доступных конкретному лицу карт. Развитию экосистем банка поспособствовали сложности с использованием отдельных сервисов банков. Банки смогли увидеть в этом преимущество для того, чтобы создать единую экосистему для пользователей сервисов банка, чтобы увеличить продажи уже доступных услуг и внедрить новые. У пользователей мобильного приложения появляется возможность видеть весь спектр предлагаемых услуг и воспользоваться интересующей, а не тратить свое время на то, чтобы найти необходимый сервис и воспользоваться им. Экосистемы банков продолжают расширять свои возможности, чтобы повысить конкурентоспособность не только на финансовом рынке, но и на рынке товаров и услуг.

Исходя из всего вышесказанного, можно структурировать этот процесс в конкретные этапы становления цифровизации в банковской системе Российской Федерации.

Первым этапом становления цифровизации можно назвать как внедрение цифровых технологий в банковский сектор.

Второй этап – «прорыв» цифровых технологий банковской отрасли.

И наконец, третий этап – развитие и расширение банковских экосистем.

На сегодняшний момент – это три самых важных этапа в становлении цифровизации Российской Федерации.

Важной причиной, почему сейчас банки стараются все больше инвестировать в цифровизацию, является то, что благодаря постоянному совершенствованию цифровых технологий появляется возможность больше зарабатывать и благодаря этому они не только увеличивают конкурентоспособность, но и сами становятся более конкурентоспособными.

Как выяснилось, цифровизация помогает экономить примерно до половины операционных расходов за счет внедрения технологий, которые сокращают количество рабочих мест. Согласно уже существующим исследованиям можно отметить, что банки, которые активно внедряют в свою деятельность цифровые технологии, больше склонны к увеличению рентабельности собственного капитала, в отличие от тех, кто еще не делает этого.

Также важно отметить, что особым толчком для активного внедрения цифровых технологий в банковский сектор поспособствовала пандемия, которая началась в конце 2019 года и продолжается по сей день. В какой-то степени можно сказать, что пандемия сделала сервисы по оказанию банковских услуг еще более востребованными. Дело в том, что в условиях коронавирусной инфекции были введены повсеместные эпидемиологиче-

ские ограничения, которые и послужили толчком для более быстрого внедрения современных цифровых технологий.

Важным «плюсом» во всем этом является то, что большая часть клиентов банков, в течение длительного времени, продолжали посещать банковские офисы для совершения каких-либо операций, и из-за непредвиденной критической ситуации все были вынуждены перейти на онлайн-модели банковских сервисов.

Благодаря пандемии в сферу банковских экосистем стали внедряться такие услуги как доставка продуктов питания, онлайн кинотеатры и многое другое. Ранее зарекомендовавший себя банк, внедряя новые услуги и обнародуя их, дает клиенту уверенность в их качестве. Такой подход поспособствовал расширению охвата банковских сервисов за счет того, что многие научились пользоваться дистанционными сервисами банка и воспользовались ими. За счет удобства оказываемых услуг многие до сих пор продолжают активно ими пользоваться.

Важно отметить, что активное внедрение цифровых технологий не только помогает больше зарабатывать и повышать рентабельность, но и помогает повысить качество жизни граждан. Теперь каждый может воспользоваться доступными онлайн-сервисами и получить необходимую услугу.

На сегодняшний момент уже вполне возможно сказать о самых главных «плюсах» и «минусах» цифровизации банковской системы.

Говоря о «плюсах» внедрения цифровых технологий в банковскую сферу, можно сказать, что:

Во-первых, многие процессы, например логистика, осуществляются не банковскими работниками, а специализированными программами, что в свою очередь исключает или снижает ошибки, которые связаны с человеческим фактором.

Во-вторых, сокращение расходов за счет того, что процессы, осуществляемые в банках, становятся автоматизированными. Они позволяют сократить штат работников, что будет приносить большую прибыль.

В-третьих, происходит явное ускорение производимых банковских процессов за счет внедрения компьютерных технологий. Техника способна обрабатывать полученную информацию гораздо быстрее, иногда даже ментально, чем это делает человек.

Казалось бы, что при таких внушительных «плюсах» не должно быть больших «минусов», но это не так:

Во-первых, так как цифровизация предполагает под собой развитие технического оснащения важно всегда следить за качеством разрабатываемой продукции и совершаемых операций, потому что в случае, если хотя бы какая-то часть оборудования выйдет из строя, то может быть парализована вся система.

Во-вторых, развитие цифровизации позволяет хранить абсолютно все данные в электронном виде, и пользоваться ими на различных сайтах, тем самым подвергая их различного рода мошенникам. Сейчас аферисты создают очень много, идентичных оригинальным, сайтов, которые очень сложно отличить, и пользователи тех или иных услуг могут случайно попасть именно на такой сайт, поэтому важно не просто уметь пользоваться интернет-услугами, но еще и разбираться в сайтах, которые их предлагают.

Чтобы предотвратить возможные «минусы», более крупные банки вкладывают огромные инвестиции и проводят огромные работы по недопущению из возникновения. Они могут позволить себе нанять более квалифицированных IT-специалистов, которые могут не только блокировать сайты мошенников, но и создавать и внедрять новые цифровые технологии.

Вероятно, в ближайшем будущем, нас будут ожидать еще более инновационные разработки, которые смогут улучшить качество жизни населения.

Таким образом, можно сделать вывод, что актуальность этой темы не перестанет волновать многих людей. Скорость ее развития достаточно велика, чтобы в скором времени удивить нас снова. Так как она затрагивает не только банковскую систему, которой мы теперь активно пользуемся, но и остальные сферы жизни человека, такие как медицина, образование и многое другое, можно с уверенностью сказать, что цифровизация занимает важное место в жизни каждого человека.

Библиографический список

1. Лебедева, А. С. Развитие экосистем банков на основе современных цифровых технологий / А. С. Лебедева, О. Е. Решетникова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 52 (342). — С. 328-334. — URL: <https://moluch.ru/archive/342/76912/> (дата обращения: 28.04.2022).
2. Матвеевский С.С. Текущее состояние цифровой трансформации российских банков. Вестник университета. 2020 : с. 131-137.
3. Дяченко О. Финансовая экосистема: все в одном. Национальный банковский журнал. [Электронный ресурс]. URL: <http://nbj.ru/pubs/upgrade-modernizatsija-i-razvitie/2018/05/07/finansovaja-ekosistema-vse-v-odnom/index.html> / (дата обращения: 28.04.2022).

УДК 316.6

К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ МОДЕЛИ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ В СФЕРЕ КРЕДИТОВАНИЯ

Комарь А.С., бакалавр 1-го курса

Научный руководитель: Моисеева И.Г., к. психол. н.

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье рассматривается проблема несформированности модели финансового поведения в сфере кредитования, соблюдения прав потребителя финансовых услуг и законодательства о взыскания долгов по кредитам. Автор анализирует характеристики правильного и грамотного финансового поведения, которые помогут предотвратить ситуацию взыскания задолженности. Автор обращает внимание на важность решения задачи повышения финансовой грамотности населения в сфере кредитования.

Ключевые слова: потребительские кредиты и займы, коллекторские агентства, должник, взыскатель, задолженность, финансовая грамотность населения, рискованное финансовое поведение, финансовое просвещение.

ON THE ISSUE OF FORMING A MODEL OF FINANCIAL BEHAVIOR IN THE FIELD OF LENDING

Komar A.S., bachelor's degree of the 1st year

*Supervisor: Moiseeva I.G., Candidate of Psychology
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The article deals with the problem of non-formation of the model of financial behavior in the field of lending, compliance with the rights of consumers of financial services and legislation on debt collection on loans. The author analyzes the characteristics of correct and competent financial behavior that will help prevent the situation of debt collection. The author draws attention to the importance of solving the problem of improving the financial literacy of the population in the field of lending

Keywords: consumer loans and borrowings, collection agency, debtor, recoverer, arrears, financial literacy of the population, risky financial behavior, financial education.

В настоящее время кредитование является одним из самых популярных финансовых инструментов. В соответствии с федеральным законодательством имеют право быть кредиторами и предоставлять в долг денежные средства физическим лицам на определённый срок и на определённых условиях только четыре типа финансовых организаций: банки, микрофинансовые организации, кредитные потребительские кооперативы и ломбарды. Деятельность этих кредитных организаций регламентируется Федеральным законом от 02.12.1990 г. №395-1 (ред. от 01.04.2022) «О банках и банковской деятельности», Федеральным законом от 20.07.2010 г. №151-ФЗ (ред. от 06.12.2021) «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях», Федеральным законом от 18.07.2009 г. №190-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О кредитной кооперации» и Федеральным законом от 19.07.2007 г. № 196-ФЗ (ред. от 13.07.2020) «О ломбардах», соответственно.

В связи с активным внедрением инноваций и цифровых технологий в финансовую сферу существенно возрастают финансовые риски, которые требуют от потребителей финансовых услуг применять специальные компетенции по оценке и управлению этими рисками. Однако, несмотря на это, спрос на кредитование не только остается высоким, но и продолжает

расти, что обусловлено доступностью, простотой заключения кредитных договоров и получения кредитов [3]. Наиболее распространёнными считаются потребительские кредиты – денежные средства, предоставляемые кредитором заёмщику на основании кредитного договора, договора займа, в том числе с использованием электронных средств платежа, в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, в том числе с лимитом кредитования. Выдача потребительских кредитов регламентируется Федеральным законом от 21.12.2013 г. № 353-ФЗ (ред. от 08.03.2022) «О потребительском кредите (займе)».

Вместе с тем, следует отметить, что несмотря на такое широкое распространение, уровень финансовой грамотности населения в сфере кредитования остается крайне невысоким, что приводит к появлению задолженностей по кредиту и штрафам [5]. Штраф за просрочку выплаты по кредиту может существенно увеличить задолженность перед кредитором и стать фатальной ошибкой заёмщика. В случае возникновения просрочки, кредитор имеет право сам взыскать задолженность, либо может поручить взыскание долга или уступить право требования по договору коллекторскому агентству – посреднику между кредитором и должником, специализирующемуся на сборе просроченных и проблемных долгов [1]. Деятельность таких организаций осуществляется в соответствии с Федеральным законом от 03.07.2016 г. № 230-ФЗ «О защите прав и законных интересов физических лиц при осуществлении деятельности по возврату просроченной задолженности и о внесении изменений в Федеральный закон "О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях"». В силу низкого уровня финансовой грамотности не все потребители финансовых услуг знают о том, что в кредитном договоре можно установить запрет на уступку права требования по долгу, многие из них не имеют даже общего представления о деятельности коллекторских агентств. Так, по данным Центрального банка на 1 июля 2021 год, а общее количество физических лиц с просроченными кредитами составляло 43 млн. человек, а общая сумма задолженности перед банками – около 24 трлн. рублей.

По статистике, представленной «Национальной ассоциацией профессиональных коллекторских агентств» (НАПКА), только по состоянию на 2021 года на взыскание коллекторам по агентской схеме было передано 663 млрд руб., что проиллюстрировано на рисунке 1.

На диаграмме, представленной на рисунке 1, проанализированы суммы передачи кредитными организациями долгов коллекторам по агентской схеме с 2015 по 2021 годы. Анализ этих сумм указывает, что количество проблемных кредитов только увеличивается [2]. Значительный показатель суммы задолженности в 2021 году обусловлен коронавирусным периодом – по запросам кредиторов коллекторскими агентствами стали обрабатываться долги, накопившиеся в конце 2020 года. Также на суммы взыскания влияют такие факторы, как увеличение числа кредитных организаций,

наличие относительно простых юридических и инструментальных способов взыскания задолженностей через приказное судопроизводство. Здесь справедливо отметить, что одним из способов взыскания долга является оказание неправомерного психологического воздействия на заёмщика, а также введение его в заблуждение относительно суммы долга. Такие действия со стороны кредитных организаций и коллекторских агентств считаются неправомерными, так как идут вразрез с требованиями законодательства о защите прав и законных интересов физических лиц и преследуются по статье 14.57 КоАП РФ.

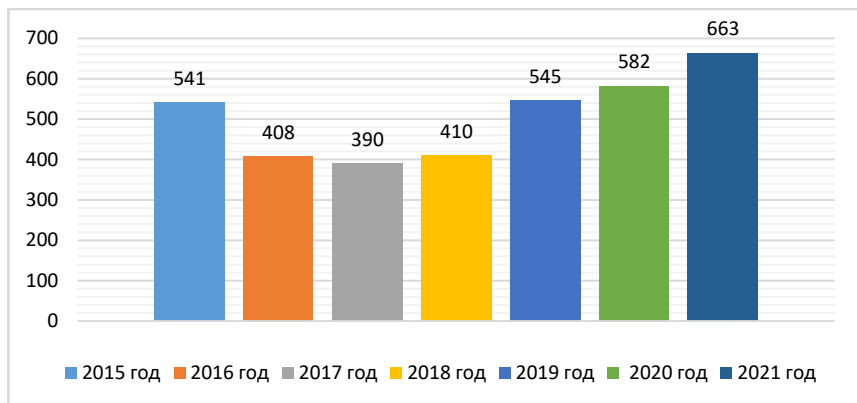


Рисунок 1. Динамика передачи кредитными организациями долгов коллекторам по агентской схеме, в миллиардах рублей

Одним из возможных путей решения проблемы является повышение финансовой грамотности в сфере кредитования, однако, здесь может рассматриваться не только выработка способов преодоления последствий рискованного финансового поведения, но и его предотвращение посредством формирования определенной модели кредитного поведения [3]; [4]. В этой части, в первую очередь, необходимо сформировать устойчивый комплекс знаний, позволяющих грамотно выбрать кредитную организацию. Чтобы убедиться в надёжности кредитной организации, нужно проверить её лицензию или свидетельство, подтверждающее деятельность организации. Зачастую финансово неграмотные граждане даже не задумываются о том, в надёжной ли организации они берут деньги в долг. В этом случае очень велика вероятность обратиться к «чёрным кредиторам». «Чёрные кредиторы» – это организации, не обладающие статусом банка, МФО, КПК или ломбарда, но предлагающие денежные средства в займы. Как правило, у таких организаций нет лицензий, свидетельств или иного другого документального подтверждения на осуществление кредитования. Опасность «чёрных кредиторов» состоит в том, что при просрочке кредита

организация будет добиваться уплаты долга незаконными методами. Центральный банк предупреждает, что в настоящее время «чёрные кредиторы» осуществляют свою деятельность ещё и в сети Интернет и часто работают в паре с нелегальными взыскателями [5].

Рассмотрим статистические данные, представленные Центральным банком в части показателя количества компаний с выявленными признаками нелегальной деятельности на финансовом рынке (табл.1).

Таблица 1. Количество компаний с выявленными Центральным банком признаками нелегальной деятельности на финансовом рынке («чёрные кредиторы»)

2020 год	2021 год	2022 год*
1359	2295	879

*Статистические данные за 2022 год представлены только за первый квартал

Как показано в таблице 1, за период с 2020 года по настоящее время количество таких компаний интенсивно увеличивается. Это свидетельствует о том, что «чёрного кредитора» сразу крайне тяжело распознать, поскольку они схожи с микрофинансовой организацией, имеющей свидетельство и внесённой в государственный реестр микрофинансовых организаций. Деятельность «чёрных кредиторов» не регулируется Центральным банком и не входит под его надзор, поэтому актуальность и важность информированности граждан по вопросу лицензирования кредитных организаций и их надёжности является первоначальной задачей.

Также необходимо заострить внимание на выработке умений изучения условий кредитного договора. Немногие потребители финансовых услуг знают о том, что Центральным банком был разработан специальный шаблон кредитного договора, включающий в себя квадратную рамку с полной стоимостью кредита или займа (ПСК) и табличную форму с индивидуальными условиями договора. Такой шаблон существенно облегчает восприятие условий кредитного договора заёмщиком. Иное оформление договора, отличающееся от утверждённого Центральным банком шаблона (отсутствие рамки ПСК и табличной формы и наличие сплошного текста), означает, что договор не соответствует требованиям Банка России, а значит организация, которая предоставляет кредит с таким договором, нарушает законодательную базу и, скорее всего, тоже является нелегальным кредитором. Нужно обращать внимание граждан на то, что законодательство запрещает кредиторам использовать мелкий шрифт в договорах с физическими лицами.

Рассмотрим статистические данные, представленные Центральным банком, связанные со значением итогового российского индекса финансовой грамотности, показанные на рисунке 2.

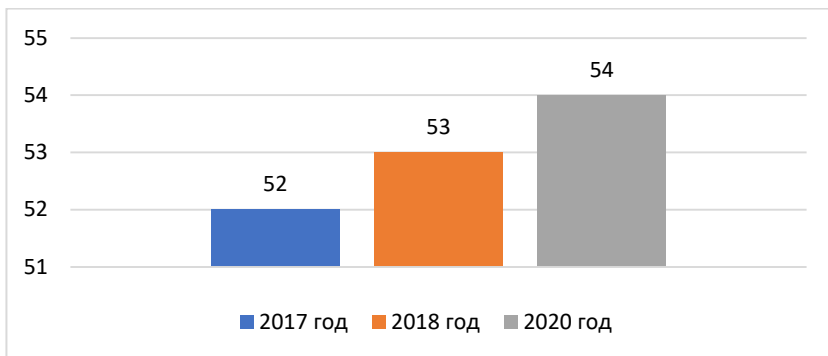


Рисунок 2. Значение итогового российского индекса финансовой грамотности

В настоящее время в Российской Федерации действует проект «Национальная стратегия повышения финансовой грамотности 2017-2023 гг.», определяющий приоритеты, цели, задачи, способы эффективного их достижения и решения в сфере государственного управления отношениями, возникающими в области повышения финансовой грамотности населения, создании системы финансового образования и информирования в сфере защиты прав потребителей финансовых услуг. Представленные на рисунке 2 показатели свидетельствуют об увеличении итогового российского индекса финансовой грамотности с 52 до 54 за период с 2017 по 2020 год. Эти показатели свидетельствуют об эффективности рассматриваемого проекта.

Нами рассматривались и группы населения с разным уровнем финансовой грамотности. Результаты данного опроса представлены в таблице 2.

Как показано в таблице 2, за период с 2017 по 2020 годы доля населения с уровнем финансовой грамотности выше среднего возросла с 34 % до 39 %, и это связано с сокращением доли респондентов с низким и средним уровнем финансовой грамотности. С одной стороны, это доказывает повышение уровня финансовой грамотности населения, но, с другой стороны, не говорит о том, что повышение финансовой грамотности идёт во всех направлениях, в том числе в сфере кредитования. Так доля тех, кто понимает суть ссудного процента, выросла всего на 8 % за 4 года. Поскольку многие заемщики игнорируют подобные вопросы, следует обратить особое внимание на вопрос «Как поступить в случае, если в силу обстоятельств, заёмщик не может платить по кредиту в прежнем объеме?». В ряде случаев, задолженность будет только увеличиваться, а проценты нарастать «снежным комом». Чтобы кредит не стал проблемным, его можно реструктуризировать. Но в силу низкого уровня финансовой грамотности или психологических барьеров не все пользуются этой возможностью.

Таблица 2. Группы по уровню финансовой грамотности (% от опрошенных респондентов)

Уровень финансовой грамотности	2017 год	2018 год	2020 год
Ниже среднего уровня (менее 47 баллов)	34	30	31
Средний уровень (от 47 до 57 баллов)	32	34	30
Выше среднего уровня (более 57 баллов)	34	37	39

Исходя из представленных данных, становится понятным, что предотвращение прогностических ошибок в оценке финансовых возможностей и формирование эффективной финансовой модели поведения к кредитно-заемным отношениям изменит в лучшую сторону ситуацию на кредитном рынке, повысит доверие населения к финансовой системе, повысит уровень жизни в частности и положительно отразится на социально-экономическом развитии в целом.

Таким образом, следует сделать вывод о необходимости разработки таких программ финансового просвещения в сфере кредитования, которые охватят не только обучающихся различных образовательных учреждений, но и категории взрослого работающего населения.

Библиографический список

1. Башкиров В.Г. Анализ коллекторской деятельности в России // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2010. – № 74. – С.10-12.
2. Зубов С.А. Кредитование физических лиц по итогам 2019 года // Экономическое развитие России. – 2020. – Т. 27, № 4. – С. 33-36.
3. Моисеева И.Г. Способы преодоления последствий рискованного финансового поведения в кредитно-заемных отношениях // Калужский экономический вестник. – 2021. – № 4. – С. 69-72.
4. Харлашина Т.А. Актуальные проблемы кредитования физических лиц // Теория и практика современной науки. – 2020. – № 2 (56). – С. 273-275.
5. Ярашева А.В., Макар С.В., Решетников С.Б. Кредитные стратегии россиян как отражение модели финансового поведения // Финансы: теория и практика. – 2017. – Т.21, № 6. – С. 138-153.

УДК 336.71

СОВРЕМЕННЫЕ СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БАНКОВСКИХ УСЛУГ СРЕДИ НАСЕЛЕНИЯ

Кравченко А.В. бакалавр 2-го курса

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

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье обозначены теоретические виды банковского маркетинга, а также разобраны основные и наиболее популярные виды продвижения банковских товаров и услуг, применяющиеся в современной практике.

Ключевые слова: маркетинг, банковский маркетинг, продвижение, аудитория, клиент, товар, услуга.

MODERN WAYS OF PROMOTION BANKING SERVICES AMONG THE POPULATION

Kravchenko A. V. bachelor's degree of the 2nd year

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

Abstract. The paper outlines the theoretical types of banking marketing, as well as analyzes the main and most popular types of promotion of banking goods and services used in modern practice.

Keywords: marketing, bank marketing, promotion, audience, customer, product, service.

Реализация товаров и услуг – это этап деятельности, который имеет наибольшую значимость в деле любой организации, т.к. с помощью успешной реализации соответствующего товара/услуги, предприятие обеспечивает себе прибыль, как минимум на разработку и реализацию последующей продукции. Банковское дело как вид предпринимательской деятельности не составляет исключения. Конечной и первоочередной целью банка является привлечение новых и сохранение уже существующих клиентов, а также постоянное увеличение получаемой прибыли. Главным образом эта цель достигается с помощью грамотная политика продвижения банковских товаров и услуг.

За последнее 15 лет количество банков в России резко возросло, что, конечно, повлекло за собой усиление конкуренции на рынке банковских услуг. В ситуации такого обострения конкуренции возникает потребность в наличии четкой системы продвижения услуг.

Для поддержания конкурентных позиций каждый коммерческий банк должен продвигать свои услуги [5] и товары на рынке, чтобы увеличить клиентскую базу, повысить свою ликвидность и рентабельность, а также выделиться среди других конкурентов. Для подобных целей активно используется банковский маркетинг, который дает ряд определенных преимуществ, а именно:

- Формирование и развитие клиентской лояльности;
- Анализ клиентской базы, ее предпочтений и требований для дальнейшей клиентоориентированной деятельности;
- Повышение качества услуг;
- Привлечение новых клиентов и т.д. [3, 40-41 с.]

Виды банковского маркетинга представлены на рис. 1. Рассмотрим наиболее популярные способы продвижения банковских продуктов и услуг, которые обеспечивают знакомство аудитории с продвигаемыми банковскими продуктами и убеждают клиента в многочисленных преиму-

щества предложения, создавая видимость того, что человеку обязательно нужно приобрести ту или иную банковскую услугу (товар).

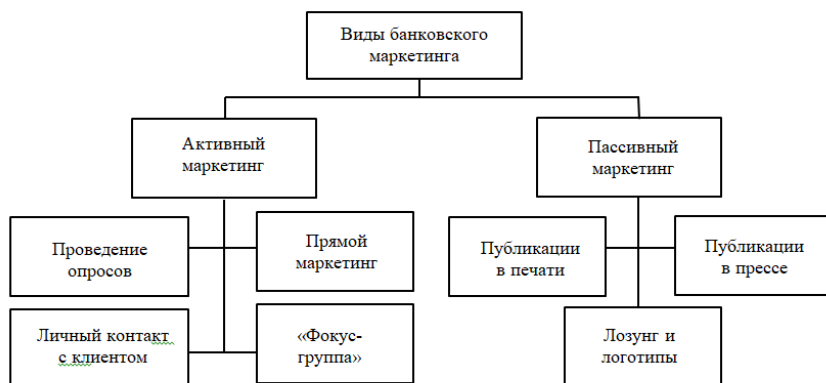


Рисунок 1. Виды банковского маркетинга

Одним из самых распространенных вариантов продвижения является *локализация рекламы в интернете*. Данный способ продвижения относится к прямому маркетингу и реализуется на таких популярных платформах, как Yandex, Google и др., а также на площадках различных социальных сетей, например ВКонтакте, YouTube, Twitter и др. Данный способ способствует эффективному продвижению тех банковских продуктов, которые являются наиболее востребованными в определенный период времени. Учитывая особенности внутренней работы данных платформ, контекстная реклама определенных предложений будет показываться людям в соответствии с их недавними или наиболее частыми интернет-запросами, тем самым привлекая внимание заинтересованных лиц.

Такая интернет-реклама имеет максимально широкий охват аудитории [1], поэтому, для привлечения данной аудитории существует определенный «регламент», следование которому обеспечивает запоминание человеком увиденного рекламного предложения. Первое требование, предъявляемое к интернет – рекламе – яркость и краткость. Второе требование заключается в том, что интернет – реклама должна включать только существенные моменты и характеристики предлагаемого банковского продукта. Далее, если человек заинтересуется в выборе той или иной прокламированной банковской услуги, то он должен иметь возможность ознакомиться более подробно с конкретно данным предложением или же с другими актуальными предложениями на сайте банка (здесь также принципиально настроить максимально удобный по интерфейсу сайт, чтобы пользователи могли легко найти интересующий их раздел и оперативно получить

ответы на появившиеся вопросы у поддержки банка). И в дальнейшем, уже зная, что конкретный банк может предложить, клиент сможет выбрать себе наиболее подходящий и актуальный вариант, а затем обратиться в ближайшее отделение банка для оформления рекламируемого продукта или подключения рекламируемой услуги.

Также, помимо локализации рекламы, к прямому банковскому маркетингу можно отнести:

- прямую рекламу (раздача листовок/брошюр, публичные представления рекламируемого продукта и т.д.);
- почтовые рассылки (рассылки на электронную почту рекламных материалов клиентам);
- телефонный маркетинг (обзванивание клиентов для непосредственной продажи банковского продукта/услуги и назначение встречи клиента с представителем банка (наиболее яркий пример: call-центры));
- телевизионный маркетинг (реклама банковских продуктов и услуг на федеральных телевизионных каналах (особенно эффективно работает реклама с участием публично-известного лица; а также реклама обратной связи — размещение рекламы на ТВ, которое предполагает быструю обратную связь с потребителем);
- SMS-рассылки (рассылки рекламных сообщений пользователям мобильной связи) [4, 163-165 с.]

Директ-маркетинг («фокус-группа») в банковской сфере представляет отбор из существующей аудитории заинтересованных лиц и дальнейшую работу с ними. Такой отбор производится чаще всего с помощью проведения различных акций/конкурсов/розыгрышей. Основное достоинство подобных мероприятий состоит в том, что они носят избирательный характер, позволяя определить целевую аудиторию наиболее четко, сформировать выборку этих людей и составить грамотный подход по общению с уже потенциальными будущими клиентами. Здесь четко прослеживается главное отличие пассивного маркетинга от активного. Основная цель первого — сиюминутное привлечение внимания и обеспечения запоминания и узнаваемости банка, в активном же маркетинге работа настроена на тех людей, которые «прошли» через пассивный маркетинг и на данном этапе являются целевой рассматриваемой аудиторией.

Также, одним из важнейших этапов банковского маркетинга является взаимодействие с населением. Сюда включается и *опросы, проводимые среди определенных групп населения*, т.е. выявление интересов отдельных групп населения и последующая обработка полученных результатов для наиболее полного удовлетворения интересов и запросов клиентов, и *личный контакт с клиентом*, т.е. коммуникация сотрудника банка с отдельным человеком для предложения вариантов товара/услуги.

Заключительным и наиболее масштабным энерго и ресурсозатратным способом продвижения банковских услуг является реклама в виде *прове-*

дения публичных мероприятий с презентацией продукта/услуги. Такие мероприятия не только позволяют познакомить клиента с рекламируемым предложением и но и повысить репутацию и имидж банка в глазах клиентов и конкурентов за счет высокой степени организации и качественного проведения мероприятия.

С помощью обозначенных выше способов продвижения, банковский маркетинг обеспечивает привлечение клиентов и развитие их заинтересованности в новых (или уже существующих) клиентах. Для реализации такого продвижения требуется четко выработанная стратегия на основе анализа целевой аудитории, ее сегментации по интересам и исследования об эффективности выбранных площадок реализации мероприятий маркетинга. Именно поэтому продвижение является наиболее сложным и затратным элементом системы банковского маркетинга, который необходимо постоянно совершенствовать и пополнять новыми качественными площадками для продвижения и способами для обеспечения этого продвижения [7, с. 78-79].

Библиографический список

1. Авдеева В.И., Кулакова Н.Н. Потребительское кредитование в России в современных экономических условиях // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 9-2. С. 5-11.
2. Беляева С.В., Шихалиева Д.С. Тенденции развития банковских продуктов и услуг в современных реалиях // Kant. – 2020. - № 4(37). – С. 32-36
3. Дибирова М.М. Основные тенденции развития банковской системы России на современном этапе / М.М. Дибирова // Наука среди нас. — 2019. — № 4 (20). — С. 309-313.
4. Кузьмин А.В. Цели банковского маркетинга. Управление процентной политикой банка // Электронная наука. – 2021. - № 1. – С. 40-47
5. Кулакова Н.Н. Использование искусственного интеллекта в деятельности кредитных организаций // В сборнике: Пути и методы адаптации экономики региона и предприятий в условиях пандемии и связанных с ней кризисных явлений. Сборник научных статей по материалам международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, студентов и практиков. Под редакцией В.А. Матчинова, О.Н. Сусликовой. Калуга, 2020. С. 789-797.
6. Лаврушин О.И. Современные банковские услуги и продукты: учебник / Н.Е. Бровкина, И.И. Васильев, В.Е. Косарев; под ред. О.И. Лаврушина. — Москва: КноРус, 2021. — 301 с.
7. Травкина Е.В. Рынок банковских услуг: проблемы и направления развития. — Москва: КноРус, 2021. — 163 С.
8. Шляхова А.Л. Способы продвижения банковских услуг в интернете // Научные междисциплинарные исследования. – 2020. – № 5. – С. 162-165
9. Шуббар Х. Содержание и принципы устойчивости банковской системы / Х. Шуббар // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. — 2019. — Т. 27. — № 1. — С. 63-71.

УДК 338.2

РЕАЛИЗАЦИЯ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ АНТИРОССИЙСКИХ САНКЦИЙ

Меркулова М.А. бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., профессор
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе описаны принципы проведения денежно-кредитной (монетарной) политики Банком России. Рассмотрено влияние антироссийских санкций на денежно-кредитную (монетарную) политику государства. Отражены меры поддержания финансовой устойчивости кредитных учреждений, принятые Центральным банком.

Ключевые слова: монетарная политика, антироссийские санкции, Банк России, инфляция.

IMPLEMENTATION OF MONETARY POLICY IN THE CONTEXT OF ANTI-RUSSIAN SANCTIONS

Merkulova M.A. BA 2nd year

*Supervisor of studies: Professor, Kostina O.I.
Kaluga Branch of Finuniversity, Kaluga*

Abstract. The paper describes the principles of the monetary (monetary) policy of the Bank of Russia. The impact of anti-Russian sanctions on the monetary policy of the state is considered. Measures taken by the Central Bank to maintain the financial stability of credit institutions are reflected.

Key words: monetary policy, anti-Russian sanctions, Bank of Russia, inflation.

Экономисты изучают идею свободного рынка с конца 1500-х годов. Однако это остается утопией. В настоящее время вмешательство государства в экономический процесс неизбежно. Это делается с помощью денежно-кредитной (монетарной) политики.

Монетарная политика государства традиционно рассматривается как основной фактор экономической политики страны и представляет собой набор мер, предлагаемых центральным банком (обычно в сотрудничестве с правительством) для регулирования и корректировки экономической ситуации в стране. Формулирование такой политики неизбежно требует рассмотрения текущих макроэкономических характеристик и прогнозов роста на период планирования, в частности, устойчивости экономических тенденций и высокой волатильности внешней среды, а также влияния мер, принимаемых правительством в других областях экономической политики.

Поэтому конечные (стратегические) цели монетарной политики государства должны соответствовать стратегическим целям экономической политики правительства - долгосрочному устойчивому экономическому росту, стабильности цен и максимизации высокого уровня благосостояния.

Однако для достижения этих целей денежно-кредитной политике государства требуется много времени. Текущая денежно-кредитная политика государства сосредоточена на более конкретных и достижимых целях, таких как корректировка общего количества денег в обращении и обменного курса национальной валюты.

На сайте Банка России указано, что целью денежно-кредитной политики государства является ценовая стабильность, т.е. реализация низкого и стабильного уровня инфляции. Реализация стабильности цен также решила бы многие насущные проблемы страны, которые включают в себя:

- защиту сбережений граждан в их собственной валюте от девальвации;
- улучшение доступа предприятий к кредитному финансированию;
- упрощение стратегического бизнес-планирования;
- повышение доверия к национальной валюте;
- защиту граждан с низким уровнем дохода.

При проведении монетарной политики государства для центрального банка России важно быть последовательным, предсказуемым и прозрачным, поэтому Банк России следует ряду принципов, перечисленных ниже.

1) Банк России на постоянной основе устанавливает официальные цели по уровню инфляции, которые граждане, предприятия и участники финансового рынка могут учитывать при планировании своей деятельности и принятии решений. Целевой показатель инфляции определяется как годовая инфляция потребительских цен, то есть изменение общего уровня цен на товары и услуги, приобретаемые гражданами за последние 12 месяцев. Целью денежно-кредитной политики Банка России является постоянное поддержание годового уровня инфляции в пределах 4 %; термин "в пределах 4 %" означает возможность небольших колебаний инфляции вокруг целевого уровня. Если инфляция достаточно сильно отклоняется от целевого уровня, Банк России оценивает причины и продолжительность отклонения и на основе этой оценки принимает решение о необходимости принятия мер денежно-кредитной политики для возвращения инфляции к целевому уровню.

Целевой уровень инфляции Европейского центрального банка составляет порядка 2%. В апреле 2022 года инфляция в ЕС превышает целевой уровень более, чем в три раза. На фоне роста инфляции и неспособности удержать ее на целевом уровне на Западе правительство может уйти в отставку.

2) В системе инфляционного таргетирования обменный курс формируется в режиме плавающего обменного курса это значит, что обменный курс зависит от спроса и предложения на валютном рынке. В режиме плавающего валютного курса Банк России не вмешивается во внутренний валютный рынок для фиксации валютного курса или поддержания собственного валютного курса. Однако Центральный банк России может про-

водить валютные операции на внутреннем рынке при угрозе финансовой стабильности, а также пополнять или использовать валютные резервы в рамках бюджетного регулирования Министерства финансов. Центральный банк России может проводить валютные операции на внутреннем рынке, если возникает угроза финансовой стабильности. С 28 февраля 2022 года Банк России принял решение приостановить торги акциями на Мосбирже, они возобновились 24 марта. Ограничения по операциям с наличной валютой введены на срок с 09 марта по 09 сентября 2022 года, но тем не менее некоторые требования постепенно смягчаются, так, например, разрешено смягчить запрет для банков на продажу наличной валюты гражданам и с 18 апреля банки могут продавать наличную валюту гражданам, но только ту, которая поступила в кассы банков начиная с 09 апреля текущего года, также необходимо отметить, что установлен лимит по выдаче денег со счета в долларах США – не более \$10 тыс

3) Основным инструментом монетарной политики Центрального банка России является ключевая ставка. Ключевая ставка влияет на ставки межбанковских кредитов, а они в свою очередь участвуют в формировании процентных ставок в экономике. Ставки межбанковских кредитов меняются быстро, а вот чтобы изменение ключевой ставки повлияло на ставки по кредитам и депозитам, должно пройти от нескольких недель до двух-трех кварталов. Таким образом при изменении ключевой ставки, Банк России оказывает влияние на динамику процентных ставок в экономике, что, в свою очередь, оказывает влияние на внутренний спрос и инфляцию.

4) Монетарная политика влияет на динамику цен не напрямую, а через длинный ряд событий во времени. Поэтому макроэкономические прогнозы необходимы для оценки влияния решений по процентным ставкам на экономику и инфляцию. Центральный банк России использует для своих прогнозов новейшие макроэкономические модели. При подготовке макроэкономических прогнозов Банк России оценивает продолжительность действия факторов, влияющих на экономику и динамику цен, а также устойчивость сложившихся экономических тенденций. Меры, принимаемые в других областях экономической политики страны, а также меры экономической политики, принимаемые ключевыми третьими странами, являются важными факторами, которые Банк России учитывает при подготовке макроэкономических прогнозов.

5) Центральный банк России будет способствовать раскрытию информации о денежно-кредитной политике, чтобы повысить понимание и доверие к денежно-кредитной политике и создать предсказуемую экономическую среду для всех экономических агентов.

В условиях геополитической ситуации в стране, были приняты меры неправомерного характера, которые повлияли на экономику страны и жизнь многих россиян.

Так введены санкции США, затронувшие крупные российские банки, в частности: у четырех банков (Новикомбанк, ВТБ, "Открытие" и Совкомбанк) и их филиалов были заморожены все активы, номинированные в долларах. США наложили определенные ограничения на Сбербанк и его дочерние компании, ограничив их деятельность в долларах. В то же время активы Сбербанка в США не были заморожены. Клиенты банка не могут использовать свои карты Visa или MasterCard для онлайн-транзакций, зарегистрированных за рубежом или в странах, находящихся под санкциями; использование ApplePay и GooglePay держателями карт и платежными терминалами этих банков ограничено блокировкой платежей.

Кроме того, США также ввели ограничения в отношении Газпромбанка, Московского кредитного банка, Альфа-банка и Россельхозбанка, в том числе запретив им кредитовать или покупать ценные бумаги на американских рынках капитала.

Как и ЕС, США запретили все операции с российским центральным банком и заморозили его активы, а также глобальный межбанковский валютный союз (SWIFT, система передачи финансовых сообщений, включая платежные поручения). ЕС запретил российским клиентам инвестировать более 100 000 евро в европейские банки или покупать ценные бумаги, номинированные в евро. Великобритания ввела ограничительные санкции в отношении российских банков, включая замораживание активов ВТБ и предотвращение доступа к финансовой системе Великобритании. Ростех, ОАК, Объединенная судостроительная корпорация и Уралвагонзавод также находятся под санкциями Лондона.

Ввиду сложившейся ситуации Центральный банк для поддержания финансовой устойчивости кредитных учреждений принял меры, к которым можно отнести:

- до 31 декабря 2022 года российские банки должны принять решение о том, оценивать ли ухудшение финансового положения должника, чтобы подготовиться к возможным убыткам. Если ухудшение финансового положения связано с санкциями, Банк России будет рекомендовать реструктуризацию долга и применять оценку активов к балансу банка 18 февраля 2022 года.

- 28 февраля 2022 года Банк России снизит общий размер макропруденциального буфера капитала для необеспеченных потребительских и жилищных кредитов в рублях и иностранной валюте. Этот буфер был введен для покрытия убытков банков и поддержки кредитования в случае макроэкономических трудностей (733,9 млрд. рублей по состоянию на 1 февраля 2022 года). Срок действия этой меры неопределенный.

В 2022 году Центральный банк намерен проводить политику по защите российской экономики и финансовой системы от санкций. Эльвира Набиуллина, председатель Центрального банка России, заявила в годовом

отчете банка, что "адаптация к новой ситуации означает сокращение ВВП, но российская экономика сможет снова расти".

28 февраля 2022 года Центральным банком России было принято решение о повышении ключевой ставки на 10,5 процентных пункта до 20% годовых. Это самая высокая ключевая ставка с февраля 2003 года, когда центральный банк установил ставку на уровне 21% годовых.

Резкое повышение ключевой ставки более чем в два раза является радикальной мерой, направленной на предотвращение уменьшения стоимости сбережений. Несколько российских банков пострадали от санкций, а рынки рухнули, таким образом Российский Центральный банк пытается защитить рубль. Банк России утверждает, что повышение процентных ставок стабилизировало цены и не позволило им резко вырасти. Инфляция остается высокой, но ожидается, что к 2024 году она снизится до 4%.

Этот уровень устанавливается Управлением Центрального банка. Общее собрание Совет директоров собирался 8 апреля 2022 года и принял решение, что процентная ставка на 2022 год составит 17%. Последнее заседание Совета директоров датируется 29 апреля 2022 года. На нем принято решение: ключевая ставка ЦБ РФ в 2022 году на сегодня будет находиться на уровне 14,0%. Параметр был изменен – понижен на 3,0%. Будет введен в действие с 04 мая 2022 г.

8 апреля 2022 года председатель Комитета по финансовым рынкам Государственной Думы и президент Ассоциации российских банков (АБР) назвал это решение "очень позитивным шагом для финансовых рынков и экономики в целом". Он также напомнил, что официальный курс был установлен на уровне 20% "для успокоения валютных спекулянтов" и снижения наплыва рублей на валютный рынок, но с введением Указа Президента все проблемы, связанные с валютными спекуляциями, были решены, и поддерживать официальный курс на этом уровне больше не нужно.

Ключевая ставка устанавливается на основе финансовых направлений, таких как:

- динамика инфляции;
- предложение по займам и инвестиционным продуктам
- экономическая активность.
- ожидаемый инфляционный риск.

Следует отметить, что данный параметр является инструментом для корректировки денежно-кредитной политики. Другими словами, его можно корректировать в зависимости от изменений микро- и макроэкономической ситуации в стране. Поэтому невозможно спрогнозировать ставку центрального банка на весь год, включая 2022 год.

Центральный банк России принимает меры по поддержанию финансовой устойчивости кредитных учреждений, что скажется благоприятно на экономику страны и социальное обеспечение граждан. В целом, России предстоит еще много работы, чтобы справиться с последствиями западных

санкций. Эти меры носят далеко идущий характер, и нам предстоит еще много работы.

Библиографический список

1. Закон Российской Федерации «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» от 10.07.2002 № 86 // Официальный интернет-портал правовой информации. - 2022 г. - с изм. и допол. в ред. от 30.12.2021.
2. Толстотелова, Л.А. Финансовые и денежно-кредитные методы регулирования экономики / Международный журнал экспериментального образования. 2018. № 2-2. С. 281-282.
3. Меры Банка России по поддержке кредитных организаций [Электронный ресурс]. URL: https://cbr.ru/press/pr/?file=28022022_093323BANK_SECTOR28022022_073632.htm (Дата обращения: 29.04.2022).
4. Набиуллина объяснила, как Центробанк будет защищать экономику [Электронный ресурс]. URL: <https://1prime.ru/finance/20220412/836642806.html> (Дата обращения: 25.04.2022).

УДК 336.011

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОБИЛЬНОГО БАНКИНГА

Саядян М.А. студент 2-го курса

*Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию дистанционного банковского обслуживания клиентов Рассмотрены проблемы и перспективы развития российского мобильного банкинга, а также ее особенности. Составили рекомендации по минимизации актуальных проблем, выявили тенденции и разработали стратегические прогнозы для данных сегментов российского рынка онлайн-банкинга. Были сделаны выводы о том, что мобильный банкинг в настоящий момент являются наиболее перспективными сегментами дистанционного банковского обслуживания как для физических, так и для юридических лиц.

Ключевые слова: интернет-банкинг, мобильный банкинг, дистанционное банковское обслуживание, онлайн-банкинг, банковская цифровизация, кибербезопасность.

PROBLEMS AND DEVELOPMENT PROSPECTS MOBILE BANKING

Sayadyan M.A. student of the 2nd year

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

Abstract. This article is devoted to the study of remote banking customer service. The problems and prospects for the development of Russian mobile banking, as well as its features are considered. Made recommendations for minimizing current problems, identified trends and developed strategic forecasts for these segments of the Russian online

banking market. It was concluded that mobile banking is currently the most promising segment of remote banking services for both individuals and legal entities.

Keywords: internet banking, mobile banking, remote banking, online banking, banking digitalization, cybersecurity.

В нынешнее время возросло качество и доступность программного обеспечения, распространенность интернета и технологий, в связи с чем стали популярными каналы онлайн-банкинга, поэтому сейчас все крупные банки стремятся не только внедрять технологии мобильного банкинга, но и постоянно улучшать их для повышения лояльности клиентов и привлекать новых, оставаться конкурентоспособными и увеличивать прибыль. В России первым ресурсом онлайн-банкинга для многих россиян стали мобильные банковские приложения.

Развитие в России мобильного банкинга связано с распределением и наличием смартфонов у населения. В 2009 году Apple выиграла премиум-сегмент, и в то же время появились более популярные модели от Samsung, Sony, HTC на платформе Android. С 2013 года крупные российские банки начали создавать и разрабатывать мобильные приложения, пытаясь передать в телефоны своих клиентов все функции, доступные в интернет-банкинге. С разработкой функциональности мобильного банкинга необходимость использования интернет-канала уменьшается. Согласно статистике Tinkoff Bank, более 50% пользователей не заходят в приложение через браузер [2].

Согласно исследованию Аналитического центра НАФИ, в последние годы доля пользователей мобильных банков увеличилась более чем в 2 раза. В 2019 году 26% россиян использовали банковские мобильные приложения, а в 2021 году число пользователей увеличилось до 51% [1]. В последние годы ограничения пандемии, а также распространенность многофункциональных мобильных телефонов, производство их программного обеспечения и передовая разработка мобильных приложений способствовало такому быстрому росту пользования онлайн-банкинга.

Особенности российского мобильного банкинга:

- 1) одновременная разработка этого канала и интернет-банкинга;
- 2) неравномерное распределение в стране клиентов, имеющих мобильный банк ;
- 3) тенденция на переход клиентов банков из филиалов в мобильный банкинг;
- 4) обширное развитие функциональности мобильного банкинга путем формирования экосистем;
- 5) Тенденция заменять филиалы банков на мобильное приложение.

Одна из основных современных проблем российского мобильного банкинга - обеспечить кибербезопасность. Актуальность проблемы под-

тверждается динамикой роста объемов похищенных средств с карт физических лиц за последние 4 года, что отражено на рис. 1

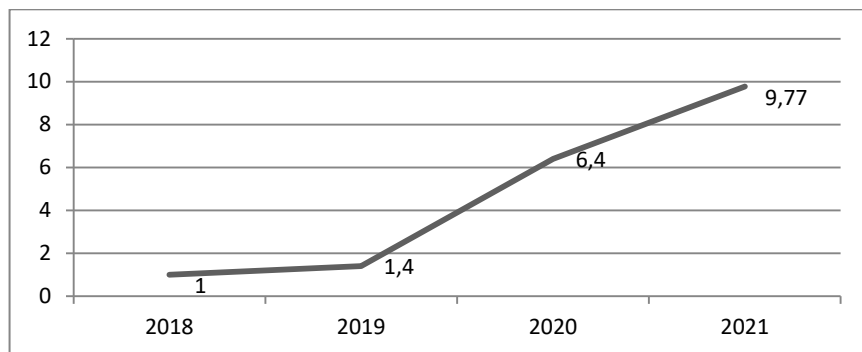


Рисунок 1. Сумма хищений с карт физических лиц в России, млрд рублей

В десять раз увеличились кражи денег через мобильный банкинг за 2018-2020 гг. Связано это с увеличением числа юзеров этого канала ДБО, а также увеличением важности мобильного банкинга в период COVID-19, когда люди посвящали свое время использованию мобильных телефонов, включая использование банковских приложений и покупок в интернете [3]. Самыми популярными методами мошенничества в это время были фишинговые ресурсы и социнжиниринг.

Российский банк активно борется с фишинг-ресурсами, поэтому в 2020 и 2021 годах он был нацелен на блокировку 8469 и 7680 мошеннических сайтов, замаскированных под банк, участников рынка ценных бумаг, страхования и микрофинансирования, сайты билетов на воздушные/железнодорожные билеты, обменники, интернет-магазины[4]. Что касается социальной инженерии, то в 2019 году почти 97% банковских транзакций, сделанных без согласия клиентов, были выполнены в результате использования мошенниками методов социальной инженерии. В 2021 году доля таких операций снизилась до 61 % [5].

В процессе анализа недостатков российского мобильного банка были выявлены следующие рекомендации по улучшению кибер -успехов финансовых организаций:

1. Устранение утечек и незаконного оборота в личных данных клиентов банков;

2. Предоставление многопользовательской системы аутентификации при входе в учетную запись, использование процесса шифрования данных с использованием сертификата SSL;

3. Улучшение своих собственных структурных единиц для обеспечения информационной безопасности с учетом рисков или использования аутсорсинговых компаний;

4. Разработка риск-менеджмента в области информационной безопасности, включая мониторинг кибер-угроз, своевременный процесс реагирования и восстановления системы в случае угрозы;

5. Создать и реализовать программы по повышению финансовой грамотности клиентов, а также по повышению знаний о существующих мошеннических схемах.

Пандемия 2019-2021 годов стимулировала более активное использование интернет-услуг, включая мобильные банкинг, а для банков это стало стимулом для ускоренной разработки этого канала.

Основные направления и тенденции в развитии мобильного банкинга в России в течение следующих 3-5 лет:

- Персонализация и конфигурация мобильного банка для потребностей различной аудитории, что наиболее актуально для ведущих банков, таких как Tinkoff Bank, Alfa-Bank, Sovcombank, AK Bars Bank, Sberbank.

Это направление актуально, потому что цель использования этого канала для пользователей из разных сегментов отличается. Соответственно, чтобы увеличить прибыль банков и лояльности клиентов, банки стремятся персонализировать предложения и сосредоточиться на них на определенных группах людей с определенными задачами и проблемами.

- Упрощение процесса трансграничных переводов, а также переводов внутри страны за счет совершенствования и распространения Системы быстрых платежей, упрощение переводов между своими картами

- Улучшение процесса удаленной идентификации пользователя.

- Разработка экосистем с ведущими мобильными банками и интеграцией еще больших услуг и не банк-сервисов, выгоды от партнеров, используя геймификацию в мобильных приложениях для повышения вовлеченности пользователей.

Исследования НАФИ показали, что 51% управляют своими банковскими счетами посредством мобильного приложения, а 39% россиян используют интернет-канал ДБО. По этой причине развитие банками экосистем в секторе мобильного банкинга является многообещающим направлением.

- Интеграция и разработка искусственного интеллекта, включая голосового помощника, а также повышение эффективности чат-ботов для оптимизации отдела банков.

- Разработка и размещение обучающих материалов в мобильных банкингах для повышения финансовой, технической и информационной грамотности.

Согласно результатам проверки программы финансовой грамотности, отраженным на рисунке 2, общая финансовая грамотность граждан

Россия за 4 года выросла на 3%, в то время как в регионах-участниках рост финансовой грамотности населения за тот же период составил в среднем 13,5%. При поддержке этого тренда уровень знаний в области финансов может достичь 55% к 2023 году. А разработка и размещение обучающих материалов в приложении мобильного банкинга увеличит охват граждан по всей стране и ускорит распространение финансовой грамотности в России.

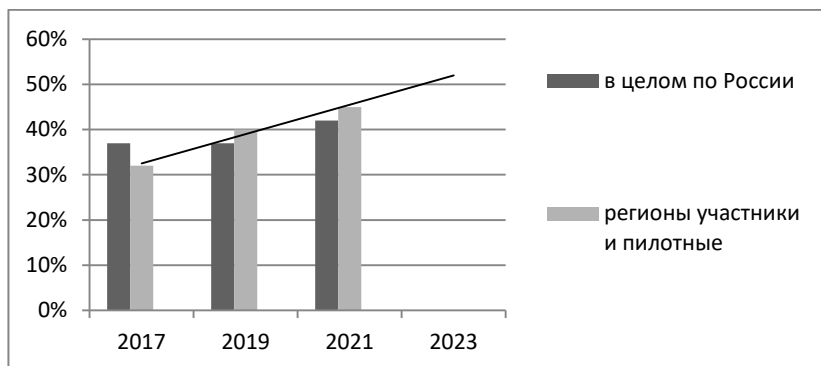


Рисунок 2. Знание о необходимых действиях обмана со стороны финансовых организаций, доля правильных ответов, %

На сегодняшний день большое количество российских банков разрабатывает каналы мобильных банков, что упрощает процесс взаимодействия между клиентами с банками. Современные стимуляторы разработки мобильных банков - это увеличение проникновения в Интернет, улучшение законодательства, поддержание оптимального уровня межбанковской конкуренции, развития цифровых технологий и искусственного интеллекта, желание банкам оптимизировать прибыль и получить клиентов лояльности, желание удобства, мобильности и скорости в банковские операции. Российский сегмент интернет-банкинга имеет необходимые ресурсы и инструменты для дальнейшего роста и повышения эффективности, и в то же время это не требуется, поскольку в этом случае качество снижается, и риски в этом сегменте ДБО будут увеличиваться.

Библиографический список

1. Барыло Е.В., Шакирова К.В., Зяблицкая Н.В. / Развитие дистанционного банковского обслуживания. Сравнительная характеристика интернет-банкинга и мобильного банкинга // Региональные проблемы преобразования экономики.-2020. – С. 101–109
2. Ермакова Е. П., Фролова Е.Е. Правовое регулирование цифрового банкинга в России и зарубежных странах (европейский союз, США, КНР) // Вестник Пермского университета. Юридические науки. – 2019. – Вып. 46. С. 606–625.

3. Мартыненко Н. Н., Овчаренко А.В. Мошенничество в сфере дистанционного банковского обслуживания и методы борьбы с ним в условиях пандемии // Инновации и инвестиции № 12,.-2020. С. 163–168
4. Мобильный банкинг – не роскошь [Электронный ресурс] –Режим доступа: <https://bosfera.ru/bo/ mobilnyy-banking-ne-roskosh>. (дата обращения: 2.05.2022).
5. Основные типы компьютерных атак в кредитно-финансовой сфере // Официальный сайт Центрального Банка РФ.[Электронный ресурс]-Режим доступа: <http://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/32122//.pdf> (дата обращения 02.05.2022).

УДК 336.13.012.24

ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА РОССИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ

Столь С.А. бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., профессор кафедры
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В данной статье рассмотрены санкции, которые наиболее остро оказывают влияние на экономику, раскрыты направления деятельности ЦБ в сложившейся ситуации, а также «пролит свет» на вопросы, волнующие россиян.

Ключевые слова: финансовая система, санкции, вопросы, волнующие россиян в сложившейся ситуации

RUSSIAN FINANCIAL SYSTEM UNDER THE CONDITIONS OF SANCTIONAL RESTRICTIONS

Stol' S. A. bachelor's degree of the 2nd year

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

Abstract: This article discusses the sanctions that have the most acute impact on the economy, reveals the directions of the Central Bank's activities in the current situation, and also "sheds light" on issues that concern Russians.

Keywords: financial system, sanctions, issues of concern to Russians in the current situation

В настоящее время экономика России столкнулась с рядом проблем, влекущими за собой определенные последствия. Экономическая и геополитическая ситуация подвержена изменениям с каждым днем, если не с каждым часом. В данной ситуации экономистам становится проблематично делать некоторые прогнозы, однако, вопреки этому, есть некоторые предположения, касающиеся ближайшего будущего как национальной экономики в целом, так и финансовой системы.

В связи со сложившейся ситуацией в мире, введение странами Запада определенных пакетов санкций значительно затруднило функционирование российской финансовой системы. Содержание пакетов самое разнообразное: заморозка финансовых активов, ограничение расчетов, производи-

мых компаниями в валюте, отключение российских банков от международных платежных систем и т.д. Разумеется, это пошатнуло национальную экономику, однако Правительством РФ были незамедлительно приняты необходимые меры, способствующие некоторому сдерживанию негативного влияния санкционных мер. Ограничения, носящие наиболее негативный аспект относительно национальной финансовой системы, будут рассмотрены ниже.

Первое, что следует отметить, это заморозка резервов Банка России. Известно, что около 80% резервов ЦБ не хранятся на территории России: около 311 млрд.долл. приходится на ценные бумаги иностранных эмитентов, 152 млрд.долл. вложено в наличную валюту на депозитах других стран, 30 млрд.долл. находится в Международном Валютном Фонде. Лишь 132 млрд.долл. составляет золото, находящееся на территории нашей страны. Поэтому на данный момент около половины резервов находится в состоянии, в котором они не могут быть использованы. География хранения резервов ЦБ представлена на рисунке 1.

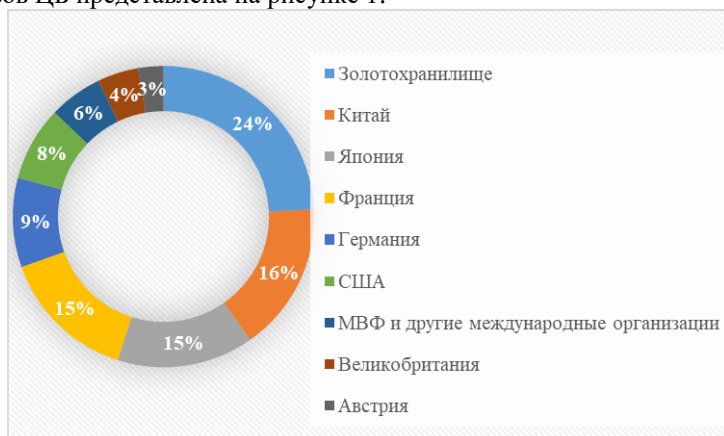


Рисунок 1. География хранения резервов ЦБ за рубежом

Данное действие негативно сказалось на курсе национальной валюты, а именно произошла немедленная девальвация. В течение нескольких дней рубль обесценился примерно в 1,5 раза. На рисунке 2 можно заметить динамику изменения курса такой твердой валюты, как доллар в течение квартала, относительно рубля [2].

Дабы укрепить национальную валюту, было принято решение перевести расчеты с недружественными странами за газ в рубли. И как можно заметить на выше представленном рисунке, данная политика оказала положительный эффект. Также для предотвращения утечки валютных капиталов из страны, Россия стала осуществлять контроль движения капитала, заключающийся в запрете резидентам открытия зарубежных счетов, за-

прете на вывоз наличных денежных средств в размере более 10 тыс. долл., а также призыв экспортёров к продаже около 80% выручки.

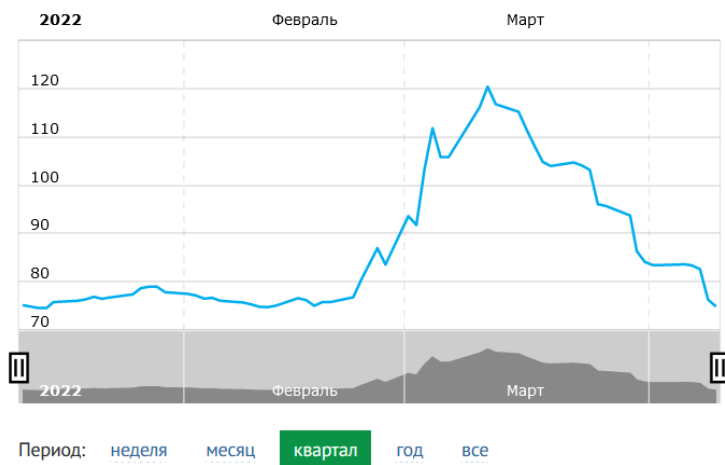


Рисунок 2. Динамика изменения курса доллара к рублю

Как следствие девальвации национальной валюты произошло повышение ключевой ставки до рекордных с 2014 года 20%. Данное решение ЦБ объясняет тем, что такой шаг позволит компенсировать вкладчикам инфляционные и дефляционные риски, а также позволит поддержать ценовую и финансовую стабильность. На возможное изменение процентной ставки могут оказать влияние внешние и внутренние условия, а также уровни фактической и ожидаемой инфляции [5].

Сейчас рубль укрепляется на валютном рынке, однако внешнеэкономические условия для России остаются все такими же сложными. И все же советом директоров ЦБ было принято решение снижения ставки до 17% с 11 апреля 2022 года [1].

Следующее, что следует отметить, это уход зарубежных брендов с российского рынка. Ушедшие компании принадлежат самым различным сферам жизнедеятельности и их уход, несомненно, нанёс ущерб не только национальной экономике нашего государства, но и моральный ущерб для граждан. По данным на 14 марта 2022 года, приостановили свою деятельность в России около 375 компаний. В связи с этим ожидается падение ВВП примерно на 8%, при этом динамика в сторону положительных изменений в предстоящем 2023 году даже не рассматривается. Хотя в июне 2020 года экономисты давали оптимистичные прогнозы относительно перспектив экономического развития, что можно увидеть на рисунке 3.

Источник	2020	2021	2022
Банк России	-(4,0–6,0)	2,8–4,8	1,5–3,5
МВФ	-6,6	4,1	–
ОЭСР	-(8,0–10,0)	4,9–6,0	–
Bank of America (BofA)	-5,6	–	–
Scope Ratings (базовый сценарий)	-3,3	2,3	–
Capital Economics	-1,5	2,0	–
Citibank	-4,0	4,5	–
Альфа Банк	-1,0	–	–
АКРА (базовый сценарий)	-4,5	2,2	3,5
Сбербанк	-4,2	3,1	2,0
S&P Global Ratings	-4,8	4,5	3,3
Европейский банк реконструкции и развития	-4,5	4,0	–
ИНП РАН	-5,3	2,9	2,1
BCG	-(7,0–10,0)	–	–
ЦМАКП (базовый сценарий)	-(8,0–8,2)	3,7–4,0	2,1–2,5
Центр развития НИУ ВШЭ	-5,2	3,0	–
Всемирный Банк	-6,0	2,7	–

Рисунок 3. Прогноз ВВП России по данным различных организаций, прирост в % к предыдущему году

Как можно заметить аналитики вышеуказанных организаций прогнозировали рост ВВП в среднем на 1,5-3,5%.

Несмотря на свой уход, некоторые компании в открытую заявили, что понесут колоссальные убытки. Так, например, компания Apple ежедневно теряет около 3 млн.долл., McDonalds будет терять приблизительно 50 млн.долл. в месяц.

Что же касемо ответных мер, применяемых Правительством РФ, то правительственной комиссией был одобрен законопроект, позволяющий осуществлять внешнее управление предприятиями по решению суда, 25% которых принадлежат иностранному сектору. Данные действия способствуют предупреждению банкротства и безработицы.

Следующим ограничением, которое, казалось бы, так же может ударить по национальной экономике, было отключение России от международной платежной системы. 12 марта текущего года компанией SWIFT было подтверждено отключение российских банков от международной платежной системы. К банкам, попавшим под санкции, отнеслись: ВТБ, «Россия», «Новикомбанк», «Сбербанк» и многие другие. Как известно, система SWIFT необходима в большинстве своем для обработки какой-либо информации, совершения переводов между счетами разных международных банков. Вышеперечисленные банки не смогут предоставлять клиентам использование таких сервисов, как Apple Pay и Google Pay, оплату товаров и услуг картами за границей, а также совершение онлайн-покупок в магазинах, принадлежащих странам, поддерживающим санкции. Однако ЦБ поспешил утешить россиян, что отключение от SWIFT

системы никак не отразится на функционировании банковских карт и различных операциях внутри страны [6].

Также следует отметить, что на данный момент существуют альтернативные системы, такие как: CIPS (Китай, 2015 год), СПФС (Россия, 2014 год), СБП (Россия, 2019 год), INSTEX (Франция, 2012 год). На данный момент СПФС не использует некоторые дочерние компании таких иностранных банков, как Тинькофф или же Юникредит, но это не исключает их подключения и других кредитных организаций, ранее не использовавших СПФС, в позднем периоде.

Как было ранее отмечено, санкции наложили негативный отпечаток как на экономику государства, так и на его граждан. И это абсолютно обоснованно, ведь у некоторых остались счета в иностранной валюте, обладатели карт, принадлежащих банкам, попавшим под санкции, остались за границей и не могут осуществлять покупки, повысилась ключевая ставка, что отразилось на спросе на ипотеку и кредиты, предоставляемые коммерческими банками. Центральный Банк поспешил развеять пелену тайны, и ответить на главные интересующие россиян вопросы [4].

Для начала следует раскрыть тему, касающуюся банковских карт, ведь в современных реалиях именно они являются носителями денежных средств. VISA и Mastercard объявили о своем уходе с российского рынка, однако карты, выпущенные на территории России будут функционировать в прежнем объеме с сохранением выполнения различного рода операций. Однако за границей данные карты работать не будут. Оплату следует производить валютой страны, в которой гражданин находится [3].

Что же касается иностранной валюты, то теперь банки получают право ее продажи с 18 апреля по 9 сентября текущего года. До этого, с 9 марта банк не имел права осуществлять данный род деятельности. Однако следует отметить то, что выдача валюты не должна превышать 10 тыс.долл. Это обусловлено тем, что поступление наличной валюты в Россию из-за санкций очень сильно ограничено. И банки должны обеспечить возможность для всех граждан, у кого были открыты валютные счета раньше, получить сумму в рамках разрешенного лимита в 10 тыс. долларов США. А вот новая наличная валюта, которая поступает в банки сейчас, может быть продана гражданам. Для того чтобы у всех были равные возможности купить валюту, банки будут продавать ее через свои кассы.

Затрагивая тему вкладов и кредитов следует отметить, что даже несмотря на повышение ключевой ставки, процентный перерасчет по уже действующему договору ипотеки произведен не будет.

Таким образом, подводя к итогу все вышесказанное, следует сделать вывод, что вопреки всем ограничениям, накладываемым странами Запада на нашу страну, Правительство осуществляет политику, способную подержать граждан в столь нелегкие времена, а также разрабатывает ответ-

ные меры, которые способствуют становлению национальной экономики на мировой арене.

На наш взгляд, большинство проблем, возникших на данный в экономической сфере, исходит от того, что около 70% продукции иностранного происхождения. Именно поэтому санкции и нанесли такой удар по экономике нашей страны. Однако, как показывает опыт, любые ограничения делают Россию лишь сильнее. Возможно, они поспособствуют выведению российской экономики из периферийного состояния и дадут новый толчок на пути к ее развитию.

Библиографический список

1. Банк России принял решение снизить ключевую ставку до 17% [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.cbr.ru/press/keypr/>
2. Динамика курса доллара США [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.banki.ru/products/currency/usd/>
3. Как работает финансовая система России в условиях санкционных ограничений 2022 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://buhguru.com/effektivniy-buhgalter/kak-rabotaet-finansovaya-sistema-rossii-sankczii-2022.html>
4. Работа финансовой системы в условиях санкционных ограничений [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.cbr.ru/faq/w_fin_sector/
5. ЦБ повысили ключевую ставку до рекордных 20% [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/finances/28/02/2022/621c70319a7947458388e7e9>
6. Что такое SWIFT и чем грозит его отключение [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://fincult.info/article/chto-takoe-swift-i-chem-grozit-otklyuchenie-rossijskikh-bankov-ot-etov-sistemy/>

УДК 336.71

КЛИЕНТСКАЯ ЛОЯЛЬНОСТЬ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ БАНКОВСКИХ СИСТЕМ

Чазин Д.А. магистрант 2-го курса

*Научный руководитель: Губанова Е.В., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. Не так давно все говорили о недостаточной насыщенности рынка банковскими услугами, что банкам нужно идти в регионы и искать новых клиентов. Сейчас проблема стоит в другом - как этих клиентов удержать при таком обилии банковских продуктов? Итак, для чего банку необходима лояльность клиента, зачем существуют программы лояльности и как они разрабатываются - это вопросы, которые возникали в голове каждого держателя банковской карты. В данной статье разберём данные вопросы и дадим на них ответы.

Ключевые слова: лояльность клиента, программа лояльности, банковские продукты, клиентские ценности, индекс потребительских настроений, банковская отрасль.

CUSTOMER LOYALTY THROUGH THE PRISM OF BANKING SYSTEMS

Chagin D.A. 2nd year undergraduate
Scientific adviser: **Gubanova E.V.**, Ph.D., associate professor
Kaluga branch of the Financial University, Kaluga

Annotation. Not so long ago, everyone was talking about the insufficient saturation of the market with banking services, that banks need to go to the regions and look for new customers. Now the problem is different - how to keep these customers with such an abundance of banking products? So, why does a bank need customer loyalty, why do loyalty programs exist and how are they developed - these are the questions that arose in the head of every bank card holder. In this article, we will analyze these questions and give answers to them.

Keywords: customer loyalty, loyalty program, banking products, customer values, consumer sentiment index, banking industry.

Лояльность клиентов - это желание клиентов покупать и взаимодействовать с брендом снова и снова, являющееся следствием постоянного положительного клиентского опыта, качества продукции и услуг, а также видения, понимания и разделения общих ценностей, которые клиент получает от бренда.

На сегодняшний день в Сбербанке открыто более ста миллионов счетов, а у каждого из нас есть карты сразу нескольких банков. Теперь конкурентность смещается с области нахождения и привлечения клиентов в сторону удержания тех, кто уже есть, создании с ними бизнеса, мотивацией чаще проводить транзакции.

Главная задача каждого банка, чтобы клиент при оплате чего-либо в магазинах или на онлайн-площадках доставал карточка именно его банка. Экономически процесс удержания для банка тоже намного выгоднее, чем привлечение, которое стоиткратно дороже.



Рисунок 1. Клиентский жизненный цикл

Клиентские ценности:

1. Соотношение цены и ценности, качество продукта и сила бренда необходимы, но недостаточны.
2. Качество контактов и точек взаимодействия. Лояльность клиента формируется в каждой точке контакта с банком - важен весь клиентский путь.
3. Программы лояльности являются лицом банка, требуют серьёзных инвестиций и сложённой работы множества подразделений.
4. Качество клиентского сервиса.

Ни один компонент не работает отдельно от других. В совокупности это создаёт ощущение небезразличности у потребителя, и что его воспринимают, как отдельного самостоятельного клиента, а не одного из множества [1].

Почему клиентская лояльность выходит на первый план?

- Доход

Существующие клиенты покупают больше и более открыты к cross- и upselling по сравнению с новыми клиентами.

- Затраты

Приобретение новых клиентов стоит очень дорого - удержание клиентов, как правильно, значительно менее затратно.

- Лояльность

Новые клиенты более подвержены оттоку. Удержанные клиенты чаще рекомендуют банки, бренд.

Соответственно, доходность существующих/удержанных клиентов на 20 и более % выше, чем у новых клиентов.

Существует 12 трендов поведения потребителей [2], или классическое ожидание людей от банка:

1. Безопасность и спокойствие
2. Эко-гражданство
3. Новые грани опыта
4. Это мой дом
5. Сознательный выбор
6. Мое мнение имеет значение
7. Моментальная доступность
8. Чувство благополучия
9. Ценность, а не стоимость
10. Инновация для упрощения
11. Высокие ожидания
12. Самоидентификация

От настроения потребителей зависит их лояльность и банки обязаны реагировать на изменение этих настроений. Индекс потребительских настроений представляет собой среднюю арифметическую частных индексов (Индекса текущего состояния и Индекса потребительских ожиданий),

рассчитанных на базе ответов по каждому из пяти заданных вопросов. Индекс рассчитывается по формуле:

$$\text{Индекс} = \text{доля положительных ответов} - \text{доля отрицательных} + 100$$

Значения Индекса потребительских настроений может варьироваться от 0 до 200 пунктов.

Интервал от 0 до 99 пунктов называется "пессимистической оценкой", а население считает ситуацию ухудшающейся.

Если значение Индекса равно 100 пунктам – это означает, что население рассматривает ситуацию как стагнирующую, так как доля положительных и отрицательных оценок одинакова.

Если же интервал от 101 до 200 пунктов, то это означает, что население воспринимает нынешнюю и будущую ситуацию, как улучшающуюся.

Например, настроения жителей Москвы отличаются волатильностью – от периода к периоду в Москве регистрируются то спады, то подъемы настроений потребителей, что связано как с неустойчивыми оценками текущей ситуации в стране, так и с постоянно меняющимися собственными ожиданиями в отношении будущего. В ноябре 2016 года настроения москвичей ухудшились, Индекс потребительских настроений снизился с 97 пунктов в сентябре 2016 года до 93 в ноябре. До этого настроения падали с позитивных 102 пунктов в апреле до 90 пунктов в июле [3].

Для поддержания индекса потребительских настроений есть разные инструменты, в том числе программы лояльности. Они есть практически в каждом банке с разным наполнением. Чаще всего присутствует cashback по карте, скидки и бесплатные сервисы от банка, накопление миль для путешествий и так далее. И с одной стороны, удерживать клиентов намного выгоднее, чем привлекать новых, а с другой - программы лояльности дорожат.

Сегодня на смену традиционным транзакционным программам лояльности приходят новые подходы:

1. Доступ к эксклюзивным закрытым сообществам
2. Индивидуальные предложения
3. Персонализированный, упрощенный клиентский путь и сервис
4. Подвинутая аналитика для создания вознаграждений на основе клиентского поведения и этапа жизненного пути
5. Технологии повышают вовлечённость (гео-сервисы и ситуационное таргетирование, геймификация)
6. Сбалансированный подход с нефинансовыми вознаграждениями (статус, признание, участие, принадлежность)

Банковские программы лояльности разрабатываются на основе множества данных, полученных из аналитических приложений. Фундаментальной и главной платформой является аналитическая, которая собирает

данные от клиентов, из данных извлекает инсайты и знания и превращается в те самые компоненты программы лояльности, которые мы знаем.

Некоторые примеры аналитических приложений:

- Динамическое ценообразование
- Анализ отзывов и взаимодействий в сетях
- Анализ и разрешение жалоб клиентов
- Предиктивная разработка предложений
- Рекомендательные инструменты
- Маркетинговая сегментация и таргетирование

Поскольку конкуренция между банками высокая и они соревнуются за потребителей, в таких условиях клиентская лояльность развивается быстро и стремительно.

Библиографический список

1. Бретт К. Банк 4.0. Новая финансовая реальность - М.: Олимп-бизнес, 2020 - 476с.
2. Сьюэлл К. Клиенты на всю жизнь. - М.: МИФ, 2022. - 224 с.
3. Исследование GfK 2016 [Электронный ресурс]: Режим доступа - <https://www.gfk.com/ru/press/issledovanie-gfk-v-kakom-nastroenii-rossiiskii-potrebitel-vstretit-novyi-god> (дата обращения: 2.05.2022)
4. Губанова Е.В., Алексеев Д.В. Возможности и перспективы укрепления стабильности финансовой системы России // Калужский экономический вестник. 2021. № 4. С. 4-11.
5. Губанова Е.В., Рамазан К.Р. Аналитическая оценка рентабельности кредитных организаций и предстоящие сценарии российской экономики // Калужский экономический вестник. 2020. № 3. С. 68-71.

УДК 336.71

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ БАНКОВСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Щеголева М.М. бакалавр 2-го курса

Чермянина А.А. бакалавр 2-го курса

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

Аннотация. В статье рассмотрено наиболее популярная трактовка термина «банковская конкуренция», исследованы специфические особенности данного вида конкуренции, а также обозначены актуальные проблемы в области конкуренции в банковской сфере.

Ключевые слова: банковская конкуренция, коммерческий банк, банк с государственным участием, Центральный банк РФ.

ACTUAL PROBLEMS OF BANKING COMPETITION IN THE RUSSIAN FEDERATION

Schegoleva M.M. bachelor's degree of the 2nd year

Abstract. The article considers the most popular interpretation of the term "banking competition", examines the specific features of this type of competition, and identifies current problems in the field of competition in the banking sector

Keywords: banking competition, commercial bank, state-owned bank, Central Bank of the Russian Federation.

Конкуренция в банковском секторе и обеспечение условий для ее развития является гарантом эффективной работы каждого отдельного взятого банка внутри огромной российской банковской системы. Конкуренция в любой сфере экономики стимулирует организации расширять ассортимент предлагаемых товаров и услуг, предлагать высокое качество обслуживания по наиболее привлекательным ценам в условиях большой «текучести» клиентов от одного продавца к другому. Внутри банковской сферы такое экономическое явление способствует повышению качества банковских услуг, разработки актуальных предложений потенциальным клиентам и, конечно, перераспределению экономических ресурсов.

Наиболее распространённым определением банковской конкуренции можно считать следующее: экономический процесс взаимодействия и соперничества между кредитными организациями в целях обеспечения лучших возможностей реализации банковских продуктов и услуг, максимально более полного удовлетворения разнообразных потребностей клиентов и получения наибольшей прибыли в данных условиях.

Банковская конкуренция – сложное и обширное явление, т.к. она реализуется на рынке банковских услуг, который сам по себе достаточно специфичен, во-первых, в виду зависимости от огромного количества факторов, начиная с ситуации внешней и внутренней политики страны и заканчивая курсом валют, и, во-вторых, в виду довольно обширных границ его функционирования и множества включенных в его состав элементов. В связи с этим выделяют несколько уровней банковской конкуренции [3, С. 9] (рис. 1).

Банковская конкуренция имеет ряд особенностей:

- Банковская конкуренция формируется под влиянием не только экономических факторов, но также и политических;
- Конкурентное пространство банковской конкуренции включает в себя многочисленными рынками, в рамках которых одни банки могут выступать как продавцы своих продуктов и услуг, а другие в качестве покупателей этих же продуктов и услуг [3, с. 168-169];
- Банковская конкуренция имеет высокую интенсивность в своих проявлениях;

- Конкурентами банков могут быть не только сами банки, но также и другие категории конкурентов, например, с универсальными банками конкурируют специализированные банки (сберегательные, инвестиционные банки и др.), небанковские кредитные организации, нефинансовые организации (ломбарды, лизинговые компании, инвестиционные компании и др.);
- Основным фактором банковской конкуренции, в первую очередь, выступает доверие со стороны общественности [6, С. 2].



Рисунок 1. Уровни банковской конкуренции

Основными факторами, влияющими на конкурентоспособность банков и, соответственно, на состояние и уровень банковской конкуренции [2], являются глобализация отечественного и зарубежного финансового рынка, уровень инвестирования в банковский сектор России со стороны зарубежных стран и, конечно, деятельность и политика Центрального Банка Российской Федерации [4, С. 287].

Особое внимание необходимо акцентировать именно на последний фактор: Центральный банк России, т.к. именно он оказывает ключевое влияние в формировании и развитии банковской конкуренции. Центральный банк РФ влияет на динамику и тенденции развития банковской системы путем осуществления денежно-кредитной политики, а также жестким контролем и надзором за деятельности субъектов банковской конкуренции. В этом жестком контроле и состоит одна из актуальных проблем банковской конкуренции.

Крупнейшие банки, представленные на банковском рынке, и, соответственно, самые мощные «игроки» в банковской конкуренции [5] контролируются государством, в структуре капитала таких банков большой процент занимает именно доля государства. Такие банки, как «Сбербанк», «ВТБ», «Газпромбанк», «Россельхозбанк» и «Открытие» имеют достаточно весомую поддержку со стороны государственного сектора и поэтому

изначально получают ряд конкурентных преимуществ, которые недоступны другим представителям банковского рынка.

По данным Центрального банка РФ по итогам I квартала 2021 года на десять крупнейших банков из 388 действующих приходится около 72 трлн рублей активов, что составляет почти 76% от общей доли банковского сектора. Например:

- В ПАО «Сбербанк» 50% и 1 акция принадлежит Министерству финансов РФ;
- ПАО «ВТБ» контролируется государством на 92% через акции принадлежащие Министерству финансов РФ (Минфин РФ), Агентству по страхованию вкладов (АСВ) и Федеральному агентству по управлению государственным имуществом (Росимущество);
- АО «Россельхозбанк» фактически является полностью государственным, т.к. 100% акций принадлежит Росимуществу;
- ПАО Банк «ФК Открытие» также практически на 100% принадлежит Центральному банку РФ [8].

Рассмотрев крупнейшие и самые популярные среди населения банковские организации можно сделать вывод, что банковская конкуренция уже является явлением несовершенным, т.к. возможности одних значительно превышают возможности других.

Второй актуальной проблемой, существующей в рамках банковской конкуренции и напрямую связанной с вышеописанной проблемой, является недоверие людей частным банкам. Здесь, опять же, необходимо упомянуть об ограниченных конкурентных преимуществах, основная суть которых как раз заключается в доверии населения [6, с. 3-4].

Деятельность государственных банков имеет большую огласку в общественности и в некоторых случаях использование услуг того или иного банка происходит на добровольно-принудительной основе. Например, на данный момент подавляющее большинство организаций перечисляют заработную плату работникам на карту Сбербанка от платежной системы «МИР», причем выбора карту какого именно банка работник хотел бы оформить в качестве зарплатной, чаще всего не предоставляется. Поэтому, даже достаточно выгодные и интересные предложения от частных коммерческих банков не вызывают интерес у людей, что еще больше ухудшает и без того не особо надежное положение подобных банков на рынке. Малый процент использования банковских продуктов и услуг от частных банков не позволяет сформировать имидж организации у населения, что в конечном итоге сказывается на уровне прибыли и, в принципе, деятельности банка.

Также, среди менее масштабных, но, тем не менее, актуальных проблем в области банковской конкуренции можно выделить следующие:

- Недостаточный процент ликвидности мелких и средних частных коммерческих банков по сравнению с государственными банками;

- Большой процент ликвидации банков с рынка из-за нерентабельности деятельности;
- Недостаточный кредитный портфель частных коммерческих банков и др. [7, с. 67-68].

Решение вышеобозначенных проблем можно сформулировать следующим образом.

Основной задачей создания благоприятных условий для банковской конкуренции является определенная степень реформирования действующей банковской системы, заключающаяся в создании качественной конкурентной среды как естественного стимула для развития, как крупных банков, так и частных коммерческих банков мелкого и среднего уровня. Создание равноправной конкуренции и рыночной дисциплины обеспечат эффективную систему реагирования на нарушение установленных правил и регламентов.

Центральный банк России, как главный регулятор банковской сферы, должен поддерживать уровень стабильности и укрепления доверия ко всем субъектам банковской конкуренции, в том числе и к мелким коммерческим банкам [6, С. 7].

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что банковская конкуренция – это мощный механизм со специфичными внутренними взаимодействиями, которые обеспечивают повышение эффективности деятельности коммерческих банков всех уровней. Именно поэтому явление банковской конкуренции должно поддерживаться и развиваться, в первую очередь, с помощью совершенствования государственной конкурентной, денежно-кредитной и антимонопольной политики, повышения капитализации банковской системы и снижения экономических и административных издержек коммерческих банков.

Библиографический список

1. Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 № 395-1//СПС КонсультантПлюс
2. Авдеева В.И., Кулакова Н.Н. Потребительское кредитование в России в современных экономических условиях // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 9-2. С. 5-11.
3. Банковский менеджмент: учебник / Я.Ю. Радюкова, О.Н. Чернышова, А.Ю. Федорова [и др.]. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 379 с.
4. Казимагомедов, А. А. Банковское дело: организация деятельности центрального банка и коммерческого банка, небанковских организаций: учебник / А.А. Казимагомедов. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 502 с.
5. Кулакова Н.Н. Использование искусственного интеллекта в деятельности кредитных организаций // В сборнике: Пути и методы адаптации экономики региона и предприятий в условиях пандемии и связанных с ней кризисных явлений. Сборник научных статей по материалам международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, студентов и практиков. Под редакцией В.А. Матчинова, О.Н. Сусяковой. Калуга, 2020. С. 789-797.

6. Курдюмов М.Д. О влиянии государственного фактора на банковскую конкуренцию // Административное и муниципальное право. – 2021. - № 6. – С. 1-7
7. Соколинская, Н.Э., Банковская система и новые финансовые технологии - вместе от кризиса к устойчивому развитию : сборник статей / Н.Э. Соколинская, В.Е. Косарев. — Москва: Русайнс, 2021. — 103 с.
8. Государственные банки [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://journal.open-broker.ru/economy/kontroliruemye-gosudarstvom-rossiyskie-banki/> (Дата обращения: 04.05.2022)

Современные аспекты
развития
финансового рынка



СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО РЫНКА ПЛАТЁЖНЫХ КАРТ

Абрамян М.К. бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Ибрагимова З.Ф., к.э.н., доцент
Башкирский государственный университет, Уфа*

Аннотация: В статье исследуется современное состояние международного рынка платёжных карт. Также дается характеристика динамики распределения рыночных долей на международном рынке платёжных карт. Выделена динамика пользователей кредитных карт в зависимости от географического положения. Выявлены перспективы и тенденции на международном рынке платёжных карт.

Ключевые слова: международный рынок платёжных карт, кредитные карты, платежная система, онлайн-платежи бесконтактные платежи, мобильные платежные технологии.

MODERN ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF THE INTERNATIONAL PAYMENT CARDS MARKET

Abramyan M.K. 2nd year bachelor

*Supervisor: Z.F. Ibragimova, Candidate of Economics, Associate Professor
Bashkir State University, Ufa*

Abstract. The article examines the current state of the international payment card market. The characterization of the nature and dynamics of the distribution of market shares in the international payment card market is also given. The dynamics of credit card users depending on geographical location is highlighted. Prospects and trends in the international payment card market have been identified.

Keywords: international market of payment cards, credit cards, payment system, online payments contactless payments, mobile payment technologies.

Развитие и выживание коммерческих банков напрямую зависит от их способности быстро и адекватно реагировать на динамику спроса, способности эффективно внедрять инновационные решения и применять высокотехнологичные изобретения. Одним из наиболее активно развивающимся и востребованным сектором в банковской индустрии является рынок платёжных карт. Целью данной статьи является анализ современного состояния, тенденций и перспектив развития международного рынка платёжных карт.

Мировой рынок платежных карт растет и развивается от года к году. По данным статистического сервиса Statista, количество платежных карт, находящихся в обращении по всему миру, выросло более чем на два миллиарда в период с 2019 по 2021 год и, по прогнозам, будет расти и дальше. По оценкам исследователей, крупнейшими платёжными системами в мире являются UnionPay, Visa и MasterCard. В 2020 году с помощью Visa было совершено около 188 миллиардов транзакций, что на 1,3% больше, чем годом ранее. Ожидается, что объем мирового рынка платежных карт вы-

растет с 251,33 млрд долларов в 2021 году до 275,5 млрд долларов к концу 2022 года при среднегодовом темпе роста 9,6%. Ожидается также, что объем мирового рынка карт к 2026 году составит порядка 399,15 млрд долларов при среднегодовом темпе роста 9,7%.

Особо стоит отметить сегмент кредитных карт на международном рынке платежных карт. Ожидается, что прогнозируемый растущий спрос на кредитные карты будет способствовать росту всего рынка платежных карт. Рост спроса на потребительские кредитные продукты, как правило, очень заметен и, как ожидают исследователи, окажет значительное влияние на международный рынок платежных карт в условиях экономического кризиса во время начавшейся в конце 2019 года пандемии новой коронавирусной инфекции COVID-19, когда возможны задержки с выплатой заработной платы и потеря работы, а непогашенные остатки по кредитной карте, обнаруженные у немалой части населения разных стран в период пандемии, указывают на то, что люди все чаще берут кредиты для покрытия своих повседневных расходов и нередко используют для этого кредитные карты. По данным TransUnion CIBIL Limited, индийской компании по предоставлению кредитной информации, задолженность по кредитным картам и количество счетов увеличились на 40,7% и 29,8% соответственно, при этом в 2019 году в обращении находилось 44,5 млн карт. Операции по кредитным картам выросли примерно на шесть процентов в период с 2019 по 2020 год, при сравнительно не сильном росте объема транзакций по картам платежной системы Visa.

Как уже отмечалось ранее, в 2020 году во всем мире с использованием платежных карт Visa было совершено около 188 миллиардов транзакций. Это значительно ниже 15-процентного роста UnionPay в годовом исчислении за тот же период, что говорит о том, что хотя платежная система UnionPay развивается быстрее Visa, она обрабатывает меньше транзакций по кредитным картам. Почти каждая третья из всех кредитных карт VISA, выпущенных в мире, была выпущена в Соединенных Штатах Америки, что говорит о том, что именно граждане этой страны активнее всех в мире пользуются картами данной платежной системы. Что же касается платежной системы Mastercard, то из всех кредитных карт, выпущенных Mastercard до конца 2021 года, примерно четверть была выпущена в США. Это означает, что почти на каждого жителя США приходится примерно по одной карте Mastercard, причем, согласно исследованию, значительная часть американцев пользуется картами Mastercard регулярно. Платежные системы Mastercard и Visa доминируют на рынке платежных карт как в США, так и во всем мире. Другими ведущими компаниями, выпускающими кредитные карты, являются Chase, American Express и Discovery. Таким образом, растущий спрос на кредитные карты стимулирует рост всего рынка платежных карт [1].

Следует, однако, заметить, что распространение кредитных карт значительно различается по всему миру в зависимости от рассматриваемой страны. Так, существуют страны, в которых почти все потребители используют кредитные карты, выпущенные Visa или Mastercard, в то время как эти карты почти не используются в ряде других стран. Согласно данным опроса Всемирного банка, проведенного в 2017 году, Канада, Израиль и Норвегия были единственными тремя странами в мире, где доля потребителей, пользующихся кредитными картами, превышала 70 процентов. Не известно как этот показатель изменился на сегодняшний день, так как Всемирный Банк не публиковал обновленных данных по этому опросу с 2017 года. Для сравнения, в таких странах, как Бангладеш и Марокко, проникновение кредитных карт в 2017 году составило 0,2 процента. Как уже было сказано, на данный момент не известно изменилась ли эта ситуация в этих странах в 2020 или 2021 году, поскольку новые данные еще не опубликованы. По оценкам исследователей статистического сервиса Statista, больше всего владельцев кредитных карт в мире в 2020 году было отмечено в Канаде. В тот год большой рост по данному показателю также наблюдался в Японии. В тот год страна впервые вошла в тройку стран-лидеров по данному показателю. Заметны также высокие позиции нескольких стран Европы – Люксембурга, Финляндии, Норвегии. Исследователи считают, что высокие позиции этих стран по данному показателю связаны с тем, что граждане этих стран чаще граждан других стран совершают покупки онлайн в интернет-магазинах, находящихся за пределами их стран.

Говоря о различиях в использовании платежных карт в разных регионах, стоит также отметить, что, согласно опросу, проведенному в январе 2019 года, 82% опрошенных интернет-покупателей в Северной и Южной Америке назвали кредитные или дебетовые карты предпочтительным способом оплаты при совершении покупок в Интернете. Однако, 80% респондентов из Европы сказали, что предпочитают использовать платежные системы, такие как PayPal или Alipay в качестве инструмента для совершения онлайн-платежей. Таким образом, можно сделать вывод, что европейцы предпочитают оплачивать покупки в интернете, используя виртуальные платежные системы, а не платежные карты, тогда как пользователи из Северной и Южной Америки чаще пользуются картами. Однако, согласно исследованиям, оплачивая покупки в физических магазинах, а не в интернете, европейцы чаще используют карты, а не цифровые кошельки, такие как Apple Pay или Google Pay. Это заметно отличает их от, например, Китая или США. Но данная тенденция также применима не ко всем странам Евросоюза в равной степени. Так, доля рынка бесконтактных платежей, например в Польше составила 83%, тогда как в Италии – лишь 50%. В разных странах Евросоюза также по-разному обстоят дела с популярностью систем Visa и Mastercard. Например, в 2018 году доля Mastercard в Нидерландах составляла 95%, а в Германии — 12%. В Бельгии местна си-

стема под названием Bancontact также было значительно популярнее, чем Visa или Mastercard.

В 2021 году, согласно исследованиям, основными игроками на международном рынке платежных карт являются такие компании как: Citibank, Mastercard Incorporated, The American Express Company, Visa Inc., JPMorgan Chase & Co, Kaiku Finance LLC, Mango Financial Inc, Green Dot Corporation, NetSpend Holdings и PayPal Holdings. Крупнейшим регионом на рынке стал Азиатско-Тихоокеанский регион. Вторым по величине регионом стала Западная Европа. Далее в рейтинге стран-лидеров на международном рынке платежных карт также идут: Восточная Европа, Северная Америка, Южная Америка, Ближний Восток и Африка. Согласно исследованиям, активнее всего рынок платежных карт развивается в таких странах как: Австралия, Бразилия, Китай, Франция, Германия, Индия, Индонезия, Япония, Россия, Южная Корея, Великобритания и США.

В настоящий момент на международном рынке платежных карт отчетливо прослеживается тенденция к расширению и развитию рынка. Как уже отмечалось ранее в данной работе, по прогнозам исследователей, объем мирового рынка платежных карт к 2026 году составит порядка 399,15 млрд долларов при среднегодовом темпе роста 9,7% [2].

Также можно сказать, что на сегодняшний день все большее распространение получают бесконтактные способы оплаты посредством привязки физической платежной карты к мобильному телефону, поэтому можно сказать, что рынок платежных карт имеет перспективу развития в области совершенствования технологий бесконтактной оплаты и их распространения среди потребителей. Глобальная стоимость сегмента цифровых платежей и бесконтактной оплаты составила 5 204 миллиардов долларов в 2020 году и является крупнейшим сегментом в FinTech. Прогнозируется, что стоимость транзакций в сегменте мобильных платежей достигнет 2,98 трлн долларов США к концу 2022 года. По прогнозам экспертов, стоимость сделки в этом сегменте будет демонстрировать годовой темп роста (CAGR 2022-2026) на уровне 15,47%, в результате чего прогнозируемая общая сумма составит 5,29 трлн долларов к 2026 году, а количество пользователей технологией мобильных платежей 1 980,9 млн. Следует также сказать, что рост технической базы бесконтактных платежей в последние годы должен поспособствовать ускорению развития мобильных платежных технологий, так как электронные терминалы, работающие с бесконтактными картами, также могут проводить платежи, иницилируемые специальными приложениями на смартфонах. Таким образом, можно сказать, что динамика развития технологий бесконтактной оплаты и мобильных платежей позволяет сделать вывод о том, что данные технологии в ближайшие годы значительно усилят свои позиции на платежном рынке.

Исследователи также отмечают, что в данный момент на рынке платежных карт отмечается повышение интереса потребителей к таким про-

грессивным направлениям, как многоканальное обслуживание и дистанционные сервисы, поэтому можно ожидать, что развитие рынка в этом направлении будет весьма перспективным.

Ожидается также, что растущий спрос на кредитные карты будет способствовать росту рынка платежных карт в целом в ближайшие годы. Кроме того, в последние годы наблюдается значительный рост спроса на кредитные карты среди развивающихся стран, что также окажет дополнительное положительное влияние на рост рынка. Однако ожидается, что такие факторы, как рост мошенничества с кредитными картами во всем мире, будут препятствовать росту рынка. Убытки от мошенничества несут все кредитные, дебетовые, предоплаченные платежные карты общего назначения и частные торговые марки, распространяемые по всему миру эмитентами платежных карт, и эквайерами. Например, по данным Aite Group, компании, предоставляющей страховые услуги, в 2020 году 47% американцев столкнулись с кражами средств вследствие хищения их личных данных. Исследователи обнаружили, что убытки от этих случаев кражи личных данных составили 502,5 миллиардов долларов в 2019 году и увеличились на 42 процента до почти 712,4 миллиардов долларов в 2020 году, а в 2021 году составили 721,3 миллиарда долларов. Таким образом, увеличение числа случаев мошенничества сдерживает рост рынка платежных карт [3].

Таким образом, международный рынок платежных карт имеет перспективны роста, однако убытки от мошенничества являются сдерживающим фактором. Однако, дальнейшее совершенствование технологий обеспечения безопасных платежей и хранения данных может помочь решить эту проблему и будет способствовать дальнейшему росту рынка.

Библиографический список

1. Федун В.М. Проблемы и перспективы развития операций банков с пластиковыми картами [Текст] / В.М. Федун // Проблемы и перспективы развития современной науки: социально - экономические, естественно - научные исследования и технический прогресс. – Ростов-на-Дону. – 2015 г. – С.122-126.
2. Цхададзе Н.В. Развитие систем дистанционного банковского обслуживания [Текст] / Н. В. Цхададзе // Вестник экономической безопасности. – 2018. – № 2. – С. 357-364.
3. Чигридов М.В. Количественная оценка рисков и эффективности платежной системы [Текст] / М.В. Чигридо // Деньги и кредит. – 2010. – № 3. – С. 64-73.

УДК 336

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОГО РЫНКА РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Борисова Д.Р. бакалавр 2-го курса

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

Аннотация. В данной статье рассмотрены сущность, цели, основные направления процесса цифровизации финансового рынка. Также приведены примеры, вследствие которых процесс цифровизации может замедляться или, наоборот, набирать обороты.

Ключевые слова: финансовый рынок, цифровизация финансового рынка, направления цифровизации финансового рынка, цифровые технологии.

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF THE FINANCIAL MARKET OF RUSSIA IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION

Borisova D.R. bachelor's degree of the 2nd year

Supervisor: O. I. Kostina, Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Financial, Kaluga

Abstract. This article discusses the essence, goals, main directions of the process of digitalization of the financial market. Examples are also given, as a result of which the process of digitalization can slow down or, conversely, gain momentum.

Keywords: financial market, digitalization of the financial market, directions of digitalization of the financial market, digital technologies.

На сегодняшний день процесс цифровизации является одним из самых глобальных процессов современности. Цифровизация затрагивает все сферы жизни человечества, и с каждым годом набирает обороты в своем развитии и внедрении. Отдельное место занимает использование цифровых технологий в сфере финансового рынка, которые оказывают значительное влияние, как на развитие финансового сектора, так и на развитие экономики в целом.

На данном этапе развития общества и экономики человечество невозможно представить без обращения денежных средств, осуществления финансовых операций по привлечению капитала, валютных и платежных операций, взаимодействия с инвестиционными и страховыми институтами. Именно поэтому финансовый рынок одним из первых стал объектом программы «Цифровая экономика Российской Федерации»[1]. По мнению Центробанка, внедрение новейших технологий в финансовую сферу способно обеспечить повышение качества финансовых услуг, их доступность для всех субъектов экономики, создание конкурентной среды, а также оптимизацию бизнес-процессов участников рынка[3].

Таким образом, из всего вышесказанного, цифровизацию финансового рынка можно определить как целенаправленный процесс организации функционирования финансового рынка на принципиально новом уровне путем активного привлечения нового участника рынка – технологических компаний. Поясню, что данные субъекты процесса цифровизации разрабатывают и внедряют цифровые технологии и платформы, позволяющие совершенствовать уже имеющиеся и создавать совершенно новые финансовые услуги, и обеспечивающие участникам рынка эффективное осу-

шествие своей деятельности, минимизацию рисков, а также повышенное качество результатов деятельности.

Цифровое развитие финансового рынка осуществляется, совместно с Правительством Российской Федерации, Банком России. Цели и направления цифровизации этого сектора экономики определены в «Проекте основных направлений цифровизации финансового рынка на период 2022 – 2024 годов», разработанным Банком России. В рамках этого проекта перед органом оперативного управления стоят следующие цели:

«1) повышение качества, доступности и ассортимента услуг на финансовом рынке, обеспечение возможности их предоставления в цифровом виде;

2) развитие конкуренции, поддержка внедрения инноваций на финансовом рынке;

3) снижение издержек при предоставлении услуг и сервисов на финансовом рынке;

4) снижение рисков, связанных с использованием на финансовом рынке новых технологий, в том числе в сфере информационной безопасности;

5) цифровизация взаимодействия Банка России с поднадзорными организациями [3]»

Особенности развития финансового рынка России в условиях цифровизации обусловлены направлениями ее реализации. Таким образом, на основе задач, поставленных на перспективу 2022 – 2024 годов, а также современных тенденций и потребностей субъектов рынка в сфере цифровизации финансового рынка, Банк России реализует проект в пяти направлениях. Рассмотрим каждое из них подробнее.

Во-первых, одним из направлений является цифровизация в рамках развития регулирования. В данном случае планируется осуществление принятия законодательных решений в области цифровизации взаимодействия между гражданами, государством и бизнесом, совершенствование оборота и обработки данных, в том числе информации о клиентах, содействие развитию конкуренции и выходу на рынок новых участников, создание условий для тестирования и запуска передовых цифровых решений. Например, планируется совершенствование правового обеспечения национальной платежной системы, то есть в его основе лежит защита данных граждан, пользующихся платежными платформами, а также информационной устойчивости элементов национальной платежной системы. Также данное направление цифровизации финансового рынка имеет и другие области внедрения, такие как: развитие регулирования системы «Маркетплейс», в области оборота данных; улучшение правового обеспечения создания Единой информационной проверки сведений об абоненте, экспериментальных правовых режимов; и других областях правового регулирования.

Во-вторых, реализация инфраструктурных проектов. Применение такой инфраструктуры позволяет участникам рынка значительно уменьшить расходы на разработку новых научно-технических решений и обеспечить целностяннутое и комфортное дистанционное предоставление услуг клиентам. В свою очередь, население и бизнес приобретают многообразные цифровые продукты и услуги, сидя дома по более выгодной и приятной цене.

В рамках данной тенденции Центробанк Российской Федерации продолжит формирование существующих инфраструктурных проектов, но кроме того станет создавать новейшие разработки для участников рынка и проведёт исследование о необходимости осуществления других инициатив. Эти мероприятия направлены на предоставление перехода абсолютно всех экономических и финансовых услуг в цифровой вид, в том числе за счет увеличения перспектив дистанционной идентификации и обмена сведениями между жителями, бизнесом, государством и финансово-экономическими организациями. Также реализуется формирование быстрых и безопасных цифровых платежей с помощью создания сервисов и условий для неограниченного перехода между представителями финансовых услуг, увеличения поддержания и финансовой доступности конкурентоспособной среды в экономическом секторе.

В-третьих, совершенствование технологий в сфере применения регуляторных и надзорных технологий (RegTech и SupTech). Что же это за технологии? Банк России дает следующие определения этим понятиям:

«RegTech (Regulatory Technology) - технологии, используемые финансовыми организациями для повышения эффективности выполнения требований регулятора;

SupTech (Supervisory Technology) - технологии, используемые регуляторами для повышения эффективности контроля и надзора за деятельностью участников финансового рынка»[3].

Внедрение цифровых инноваций в эту область обеспечит снижение рисков, оптимизацию, эффективность регулирования и надзора текущих процессов, сокращение затрат и нагрузки на поднадзорные организации и на сам Банк России.

В-четвертых, это экспериментальные правовые режимы(ЭПР). Данное направление включает в себя меры по проведению управления сервисами и продуктами с помощью привлечения участников рынка, а также наличие отлаженного механизма оперативного вмешательства законодательства как реакция на возникновение новейших бизнес-моделей являются важным условием при поддержке инновационного развития и повышении на финансовом рынке конкуренции.

Для запуска механизма ЭПР на финансовом рынке в Банке России должны быть разработаны новые внутренние процессы и новые процессы взаимодействия с организациями, которые представляют бизнес-

сообщество в связи с созданием и оценкой ЭПР, а также государственными органами.

Поскольку целью механизма экспериментальных правовых режимов является улучшение регулирования развития инноваций, важно обеспечение эффективной коммуникации между всеми заинтересованными сторонами и быстрое принятие решений. При наличии правильных процессов механизм ЭПР позволит инновационным компаниям быстро проводить пилотные проекты с клиентами для оценки осуществимости инновации и ее риски. Центральный банк России и соответствующие государственные органы также смогут изучить риски от внедрения инноваций на практике и довести до совершенства правовые механизмы для обеспечения инновационного развития, с одной стороны, и минимизации рисков для финансовой системы и клиентов - с другой.

И в-пятых, важным направлением является, конечно же, информационная безопасность, как её еще называют, кибербезопасность. Для благополучного цифрового развития финансового рынка важно, чтобы пользователи финансовых услуг, пользуясь удаленно финансовыми услугами, могли не только с легкостью осуществлять операции, но и были защищены их персональные данные. Ведь в противном случае, это может привести к необратимым последствиям, таким как: кража денежных средств, использование злоумышленником паспортных данных пользователя, утечка иных конфиденциальных данных.

Для поддержания сверхвысокого уровня информационной безопасности в требованиях цифровизации необходимо использование действенных алгоритмов взаимоотношения и инструментариев, нацеленных на сопротивление киберугрозам и мошенничеству на финансово-экономическом рынке. Кроме того, для последующего становления цифрового оказания услуг необходимо гарантировать высокое качество аутентификации покупателей при удаленном оказании финансовых услуг и способность обширного задействования облачной электронной подписи.

Анализируя литературу, можно заметить, что многие источники информации часто высказывают мнения о том, что прогресс в цифровой оснащенности напрямую связан с различными видами факторов. Так, например, можно утверждать, что текущая военно-политическая ситуация, сложившаяся между Россией и Украиной, а впоследствии между Россией и многими странами зарубежья значительно тормозит процесс цифровизации вследствие введения жестких санкций в отношении нашей страны. Неоспоримо, что санкционные меры повлияли на внедрение и развитие финансового сектора экономики из-за ухода зарубежных компаний с российского рынка, но, на наш взгляд, эти обстоятельства лишь наталкивают российских разработчиков-программистов на освоение и разработку отечественных платформ, которые позволят населению нашей страны осу-

шествовать финансовые операции так же свободно, как и при использовании зарубежных.

Также, как показала практика, на процесс цифровизации может повлиять и эпидемиологический фактор. Именно поэтому хотелось бы упомянуть о влиянии COVID-19 на освоение финансовым рынком цифровых технологий. Как мы знаем, в начале 2020 года вирус начал распространяться по всему миру и нанес значительный удар не только по национальной экономике, но и мировой экономике в целом. В целях предотвращения распространения инфекции, были введены карантинные меры, ограничивающие контакт между населением, путем прекращения работы предприятий, организаций, школ, детских садов и других организаций. Вследствие этих мер, экономика находилась в шоковом состоянии, а значит и финансовый рынок тоже. В качестве последствий выступал значительный рост безработицы, сокращение объемов производства, снижению уровня спроса, потребления, а также уровня жизни населения.

Под воздействием обострившейся ситуации в мире, как и другие сферы экономики, финансовый рынок был вынужден приспосабливаться к новым условиям, что вызвало огромный спрос на осуществление финансовых операций дистанционно. Со стороны населения замечалась большая заинтересованность и лояльность к взаимодействию с онлайн-сервисами в сфере банковских, страховых услуг и других финансовых структур, что значительно ускорило процесс цифровизации финансовых взаимоотношений. «По данным исследования российского рынка безналичных платежей во втором квартале 2020 года, проведенного компанией QIWI, платежный оборот по виртуальным картам вырос на 44 % в сравнении с докризисными показателями первого квартала 2020 года, а средняя сумма транзакции по виртуальным картам — на 12 % (до 10500 руб.). Если во втором квартале 2019 г. пользователи в среднем совершали 11 операций с использованием цифровой карты, то в 2020 году за аналогичный период — уже 19 операций» [1].

Хотелось бы отметить, что данная тенденция по расширению пользования финансовыми услугами при помощи цифровых технологий, сохраняется и по сей день, когда меры по дистанционированию и самоизоляции отменены.

На основании вышесказанного можно сделать некоторые выводы. Во-первых, цифровые финансовые услуги обладают огромным потенциалом роста. Но важно понимать, что помимо новых возможностей, они представляют собой новый источник рисков, как для участников рынка, так и финансовой системы в целом. А во-вторых, процесс цифровизации требует комплексного подхода к определению основных направлений и инструментов при его реализации, где будут учитываться ключевые факторы влияния и предпосылки возникновения данного процесса.

Библиографический список

1. Коробейникова О.М. Перспективы цифровых банковских блокчейн-гарантий [Текст] / О.М. Коробейникова, Д.А. Коробейников, Л.И. Стефанович // Экономика. Информатика. — 2020. — Т. 47, № 1. — С. 110–116.
2. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации», утв. распоряжением Правительства РФ от 28.07.2017г. № 1632-р. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf> (дата обращения 03.05.2022).
3. Проект основных направлений цифровизации финансового рынка на период 2022 – 2024 годов. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://cbr.ru/Content/Document/File/131360/oncfr_2022-2024.pdf (дата обращения: 04.05.2022).
4. Марамыгин М. С., Чернова Г.В., Решетникова Л.Г. Цифровая трансформация российского рынка финансовых услуг: тенденции и особенности // Управленец. - 2019. - №3. - С. 70-82.

УДК 368

РОЛЬ СТРАХОВАНИЯ В ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Булгакова А.Г. бакалавр 3-го курса

Научный руководитель: Сусякова О.Н., к.э.н. доцент

Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация: в статье изучается роль страхования в экологической безопасности как методе управления рисками при решении экологических проблем. Особое внимание уделяется проблеме неразвитого экологического страхования в РФ и последствия этого.

Ключевые слова: экологическое страхование, экологические проблемы

THE ROLE OF INSURANCE IN ENVIRONMENTAL SAFETY

Bulgakova A.G. bachelor's degree of the 3rd year

Supervisor: Suslyakova O.N., Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract: the article examines the role of insurance in environmental safety as a method of risk management in solving environmental problems. Special attention is paid to the problem of undeveloped environmental insurance in the Russian Federation and the consequences of this.

Keywords: environmental insurance, environmental problems

В наше время экологическое страхование является одним из самых актуальных и важных аспектов современной жизни. Если говорить об истории, то очевидно, что многие виды страхования, такие как морское, отневое, страхование жизни, появились достаточно давно, а экологическое страхование образовалось относительно недавно. Люди поняли, что не только планета страдает от загрязнения среды, от выхлопных газов, но и само человечество оказывается под угрозой вымирания, поэтому появилась необходимость в страховании. По основным дан-

ным Международного института управления рисками (IRMI), Страхование ответственности за нарушение окружающей среды (EIL) было впервые введено в 1978 году и с тех пор постоянно развивается. Страховая компания AIG представила свою версию страхования ответственности за вред, нанесенный окружающей среде под торговой маркой "Юридическая ответственность за загрязнение окружающей среды" в 1980 году. Экологическая ответственность подрядчиков была впервые представлена AIG под торговой маркой "Ответственность подрядчиков за загрязнение окружающей среды" в 1986 году [3].

Экологическое страхование - это миллиардная индустрия с множеством возможностей - каждый элемент имущества имеет воздействие загрязнения. Обсуждая экологические продукты, которые могут эффективно справиться с этими рисками, страховщики могут обеспечить более широкое покрытие для своего клиента, наличие такого вида страхования определяет профессионализм агентства.

Политика загрязнения окружающей среды – это уже не только для гигантов нефтяной промышленности и хранилищ радиоактивных отходов.

Даже самые, казалось бы, доброкачественные предприятия могут нести риск производства, хранения или выброса опасных отходов. Аэропорты, жилые комплексы, свинофермы, тюрьмы, химчистки, производители печатных плат и парки развлечений - это лишь малая часть видов бизнеса, для которых компании, предоставляющие экологическое покрытие, регулярно пишут политику [3].

Как и во многих отраслях, страховой рынок значительно изменился во время пандемии COVID-19. Экологические перевозчики не только смотрят на охват вирусами и инфекционными заболеваниями (и исключения), они также видят изменения в компаниях, которые непосредственно затронуты пандемией. Несмотря на замедление темпов роста во многих отраслях промышленности в этом году, строительные проекты набирают обороты, ведется много работ по реконструкции и новому строительству. Мы также наблюдаем всплеск активности в очистных сооружениях, центрах переработки отходов, автомобильных рисках и многом другом.

Экологическое страхование предназначено для реагирования на претензии, связанные с выбросом загрязняющих веществ в окружающую среду. Эти политики необходимы для заполнения пробела в покрытии, созданного исключением загрязнения в стандартной политике CGL. Стандартные полисы CGL определяют "событие загрязнения" частично как "возникающее в результате сброса, рассеивания, высвобождения или утечки дыма, пара, сажи, кислоты, щелочи, токсичных химикатов, отходов и загрязнителей.

Это очень широкое определение загрязнителя создает значительные риски для многих предприятий. Эти убытки или убытки обычно возникают в форме претензий к застрахованным лицам в связи с телесными по-

вреждениями, материальным ущербом, расходами на очистку и прерыванием бизнеса.

Тем не менее, множество неэкологических объектов и предприятий нуждаются в страховании ответственности за загрязнение, которое все чаще становится необходимостью в современном экологически сознательном и судебном мире. Эти предприятия представляют собой возможность и вызов агентам и андеррайтерам, выходящим на нишевый рынок экологического страхования [9].

Страховщики часто думают, что у них есть покрытие выбросов загрязняющих веществ в соответствии с их общей политикой ответственности и собственности, однако, по нашему опыту, эти политики либо ограничивают покрытие оговорками о временных элементах, либо полностью исключают покрытие определенных загрязняющих веществ, либо не обеспечивают достаточных пределов для расследования претензии, связанной с загрязнением, не говоря уже о предоставлении достаточных пределов для адекватного реагирования на претензию или очистки состояния загрязнения.

В целом, полисы экологического страхования можно классифицировать следующим образом:

- Полисы владельцев и операторов сайтов: также известная как политика загрязнения помещений, политика ответственности за ухудшение состояния окружающей среды, ответственность за загрязнение продуктов и политика юридической ответственности за загрязнение.

- Полисы для подрядчиков и специалистов: включая ответственность подрядчиков за загрязнение и ответственность за загрязнение транспорта.

- Полисы для резервуаров для хранения

В Федеральном законе от 10.01.2002 N 7-ФЗ (ред. от 30.12.2021) "Об охране окружающей среды" ст 18 - Экологическое страхование говорится, что:

1. Экологическое страхование осуществляется в целях защиты имущественных интересов юридических и физических лиц на случай экологических рисков.

2. В Российской Федерации может осуществляться обязательное государственное экологическое страхование.

3. Экологическое страхование в Российской Федерации осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации [1].

В основном все остальные законы и проекты по экологическому страхованию опираются именно на эту информацию.

В России страхование, в том числе и экологическое, регулируется Гражданским кодексом РФ (гл. 48), Законом РФ от 27 ноября 1992 г. N 4015-1 "Об организации страхового дела в Российской Федерации". Общие требования к экологическому страхованию установлены Федеральным законом от 10 января 2002 г. N 7-ФЗ "Об охране окружающей среды" (ст.

18); рассматривается проект об обязательном экологическом страховании. В случае добровольного страхования будет использоваться Типовое положение о порядке добровольного экологического страхования в Российской Федерации, утвержденное Минприроды Российской Федерации 3 декабря 1992 г. (N 04-04/72-6132) [5].

В настоящее время существует около шестидесяти страховых компаний, предлагающих продукты экологического страхования. Эти продукты были разработаны для нескольких широких сегментов бизнеса, включая: владельцев/операторов сайтов, подрядчиков и консультантов, резервуары для хранения, передачу имущества и ответственность кредитора, транспортные отходы и материалы, загрязнение продуктов и производственные риски [3].

Экологическое страхование компании является важным критерием ее рейтинга. Это подтверждается "оценкой открытия экологической информации горнодобывающих и металлургических компаний России", которая ежегодно проводится WWF. Этот проект позволяет небезразличным сторонам получать качественную и важную информацию об уровне открытости компаний и степени воздействия их деятельности на окружающую среду. В рейтинге стран по уровню экологии мира Россия занимает 52-е место [1].

Росприроднадзор назвал общую предварительную сумму ущерба экологии России за 2021-40 млрд рублей. Экологическая статистика России на 2021 год показывает низкую эффективность принятых правительством мер. В первой половине 2021 года было обнаружено 39 случаев загрязнения атмосферного воздуха и два эпизода чрезвычайных ситуаций. В Чите, Барнауле и Улан-Удэ концентрация бензпирена была в 37-57 раз выше, чем обычно. По словам эксперта AIG, наиболее компетентным решением с точки зрения управления рисками для компании будет передача этих рисков страховой компании. Экологическое страхование не компенсирует всю сумму дебиторской задолженности, но сможет покрыть большую часть расходов. Таким образом, политика сможет минимизировать влияние на финансовое положение компании в случае катастрофических рисков и обеспечить конкурентное преимущество перед участниками той же отрасли, поскольку она позволяет продемонстрировать социальную и экологическую ответственность [6].

Вспомним один страховой случай, который повлек за собой огромные потери компании. Норильский никель был оштрафован на 2 миллиарда долларов за ущерб от огромного разлива топлива в прошлом году в результате одной из самых страшных экологических катастроф в стране. По договору об обязательном страховании объектов, опасных для экологического ущерба, выплат не будет, поскольку закон «Об обязательном страховании ответственности владельцев опасных объектов» не покрывает эти

риски, согласно веб-сайту страховой компании "СОГАЗ", с которой НТЭК заключила договор страхования [4].

После инцидента под Норильском в России возродился спрос на страхование ответственности, связанное с окружающей средой. Активность на этом рынке растет, есть требования со стороны корпораций, как и что обеспечить, заявил Сергей Васильев из департамента промышленного страхования "РЕСО-Гарант" [8].

Всегда требуется время, чтобы разработать новый продукт или адаптировать его к меняющимся рыночным условиям. Это также относится к страхованию экологической ответственности, а также к любому другому виду страхования. Поэтому в России сначала должна появиться достаточно крепкая нормативно-правовая база, которая будет гарантировать страхование. Только после этого на рынке страхования появятся страховые продукты, которые будут соответствовать условиям этой базы. Позитивная позиция общества в отношении экологического страхования очень важна в этом деле, так же учитывается усердия законодательных и исполнительных органов в реализации проектов экологической поддержки.

Библиографический список

1. Федеральный закон "Об охране окружающей среды" от 10.01.2002 N 7-ФЗ//СПС КонсультантПлюс
2. Всемирный фонд дикой природы: за живую планету! [Электронный ресурс] – Режим доступа - <https://wwf.ru/> дата обращения 15.03.2022).
3. Д.С. Кумова, М.В. Березюк, Экологическое страхование [Электронный ресурс] - Режим доступа – URL - https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/82597/1/sueb_2020_016.pdf (дата обращения 10.03.2022).
4. «Норникель» получил штраф в \$ 2 млрд за нефтяную катастрофу в Арктике. Московские новости. Московский бизнес портал [Электронный ресурс]. – URL - Режим доступа: <https://globalmsk.ru/news/id/48746> (дата обращения 11.03.2022).
5. Об обязательном экологическом страховании: законопроект N 96700535-2 // Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации. URL: <http://www.gosduma.net/systems/law/> (дата обращения: 15.03.2022).
6. Росприроднадзор оценил ущерб экологии в 2021 году в 40 миллиардов рублей - РИА Новости, 02.12.2021[Электронный ресурс] - Режим доступа – URL - <https://ria.ru/20211202/ekologiya-1761776565.html> (дата обращения 15.03.2022)
7. Сусякова О.Н. Роль страхования в противодействии последствий пандемии//Калужский экономический вестник. 2021. №1. С.16-19
8. Страховка норильского разлива | СТРАХОВАНИЕ СЕГОДНЯ | Пресса [Электронный ресурс]. – URL - Режим доступа: <https://www.insur-info.ru/press/156983/> (дата обращения 11.03.2022).
9. Экологическое страхование [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org> (дата обращения 10.03.2022).

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ 2022

Галстян Э.А., бакалавр 2-ого курса,

Лысцева Е.А., бакалавр 2-ого курса

Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, г.Калуга

Аннотация. В данной статье даётся определение современной финансовой политики и её основные цели и задачи. Рассматриваются прогнозы экспертов на будущее финансовой политики, а также финансовое состояние финансовой политики в условиях экономических санкций на 2022 год.

Ключевые слова: финансовая политика, состояние перспективы, санкции, инфляция, прогнозы, ВВП.

THE STATE AND PROSPECTS OF FINANCIAL POLICY IN THE CONTEXT OF ECONOMIC SANCTIONS 2022

Galstyan E.A., bachelor degree of the 2nd year,

Lystseva E.A., bachelor degree of the 2nd year.

Supervisor: Kostina O.I., Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. This article defines modern financial policy and its main goals and objectives. Experts' forecasts for the future of financial policy, as well as the financial condition of financial policy in the context of economic sanctions for 2022 are considered.

Keywords: financial policy, outlook, sanctions, inflation, forecasts, GDP.

Современная финансовая политика – это составная часть экономической политики Российской Федерации. Основные цели и задачи разрабатываются и реализуются Президентом Российской Федерации, исполнительными органами государственной власти Российской Федерации, утверждаются законодательными органами государственной власти Российской Федерации в ходе рассмотрения и утверждения бюджетов бюджетной системы Российской Федерации на очередной финансовый год.

Финансовую политику считают самостоятельной сферой деятельности государства в области финансовых отношений. Также, можно сказать, что финансовая политика – это комплекс мероприятий государства по использованию финансовых отношений, мобилизации финансовых ресурсов, их распределению и использованию для реализации той или иной государственной программы экономического и социального развития. Политика охватывает все направления деятельности государства.

Российские эксперты прогнозируют будущее финансовой политики. Исходя из данной обстановки в стране они делают выводы, что 2022 год обещает российской экономике нормализацию ситуации после двух лет пандемии (рост Валового внутреннего продукта приостановится, а бюд-

жетная политика нормализуется). Но, конечно, риски есть в любом случае — от высокой инфляции до геополитики и санкций.

Из консенсус-прогноза Bloomberg следует, что в 2022 году рост российской экономики замедлится на 1,7 %. Кроме опроса Bloomberg есть более отрицательные оценки. Например, ведущий экономист Альфа-Банка Наталия Орлова ориентируется на рост 1,5% в следующем году. По её мнению, в 2022 году будет сильная финансовая волатильность», которая вместе с геополитическими рисками создаст весьма отрицательный фон для экономического роста. Данный в сентябре официальный прогноз Минэкономразвития прогнозирует 3% роста Валового внутреннего продукта в 2022-2023 годах. В такой огромный рост не могут поверить многие экономисты.

Середина интервального прогноза Центрального Банка (2–3%) близка к консенсус-прогнозу. Так как федеральный бюджет является управляемым, то нормализация с ним будет более вероятной. Министр финансов Антон Силуанов уже много раз озвучивал, что с 2022 года бюджет вернется к стандартным бюджетным правилам. Впрочем, Минфину будет сложно противостоять давлению со стороны различных сил, выступающих за возрастание расходов. Проект бюджета, который подразумевает минимизацию расходов на 2% к 2021 году, был разработан в сентябре (когда прогноз по инфляции еще был на уровне 5,8% к концу года, в данный момент — выше 8%). По мнению Наталии Орловой (ведущий экономист Альфа-Банка) нам нужно ждать прирост социальных расходов. Возможно, данные приросты также будут касаться дополнительных пенсионных выплат в 2022 году, так как намеченная ранее индексация пенсий с 1 января 2022 года (на 5,9%) не возместит фактическую инфляцию по результатам 2021 года. Может быть, в 2022 году увеличится налоговая нагрузка на бизнес, так как государство решило изъять внешнеторговые сверхдоходы у металлургов, угольщиков и производителей удобрений через увеличение для них налог на добычу полезных ископаемых и ввод нового акциза на жидкую сталь.

«С позиции регулирования экономического роста налоги лучше не увеличивать на данный момент. Дополнительную копейку, которая возникает у предпринимателей (в том числе и «сытого» нефтяного сектора — одного из основных инвесторов в экономику), продуктивнее активизировать не на государственные нужды, а на внутренние инвестиции», — рассказывает руководитель направления «фискальная политика» Экономической экспертной группы Александра Осмоловская-Суслина.

В 2021 году инфляция преподнесла малоприятный сюрприз. С начала года по конец декабря рост цен подлетел до 8,4%. Консенсус на 2022 год не обещает возвращения к таргету Центрального Банка в 4%, хотя «ВТБ Капитал» ждет снижения инфляции до 4,7%.

Если в 2020 году все силы государств мира были направлены на борьбу с пандемией и приспособлению к новой реальности, а 2021 год стал восстановительным, то в 2022 году может вернуться геополитика в число финансовых рисков. Российский рубль может сильно пострадать от отрицательной внешнеполитической повести. Альфа-Банк прогнозирует, что в конце 2021 года доллар будет 80 рублей, невзирая на огромные нефтяные цены, которые пока поддерживаются сделками в рамках Организаций стран экспортёров нефти по уменьшению добычи. А консенсус-прогноз Bloomberg предполагает усиление рубля до уровня 70,5 к концу этого года (рис.1).

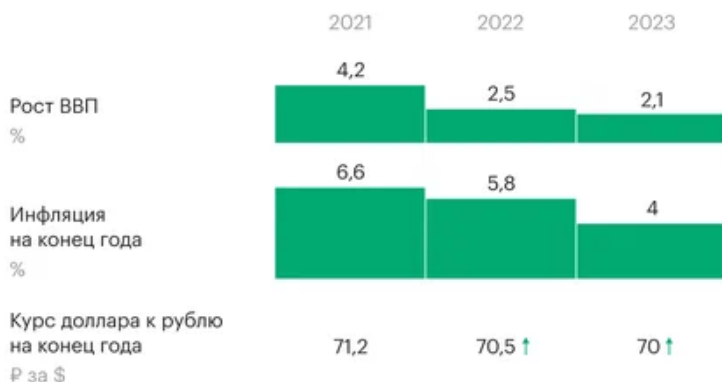


Рисунок 1. Прогноз Bloomberg по российской экономике в 2022 г.

В сторону России введено уже 5 пакетов санкций, на подходе шестой. Все эти происшествия радикально изменили прежние прогнозы развития страны на 2022 год. Что же дальше будет с финансовой политикой? Разберемся с состоянием перспективы в условиях санкций.

Мы рассчитываем, что в 2022 году ВВП России понизится на 8-12%. Уменьшение Валового внутреннего продукта происходит в связи с уходом зарубежных компаний и уменьшением объема предоставляемых ими услуг на территории России. Инфляция в России к концу года увеличиться до 20%. 80-90 рублей станет средний курс доллара. Средний показатель ключевой ставки Банка России составит 15 %.

Мы можем ожидать невосомое увеличение темпов роста медианной заработной платы, так как инфляция стала высока, курс доллара и ключевая ставка также высоки. В этом году ее средний рост составит 9,5 %.

Конечно, все эти изменения влияют и на кошелёк обычных граждан. Из-за роста цен уменьшается покупательская способность, следовательно из-за этого страдает бизнес. Экономический кризис ударил по всем, но больше всех пострадали малый и средний бизнес, то есть те компании,

которые не представляли, что может возникнуть такая ситуация, поэтому и не задумывались о большой подушке финансовой безопасности (в виде 3-6 месяцев оплаты аренды и зарплаты). В связи с тем, что люди начинают экономить, из торговых центров уходят арендаторы, маленькие кофейни, а также закрывают прачечные у дома.

Министр финансов Антон Силуанов заявил, что по итогам 2022 года федеральный бюджет России будет исполнен с дефицитом около 1% Валового внутреннего продукта. По мнению министра, в этом году были приняты достаточно затратные решения по отсрочке страховых взносов по огромному ряду отраслей и направлений.

Закон о бюджете на 2022 год предполагает профицит в 1,1% Валового внутреннего продукта, но стоит заметить, что премьер-министр Михаил Мишустин этой весной высказался, что профицита в настоящем году не должно быть. Но даже при таких обстоятельствах наше государство в текущем году получило право гибко подойти к исполнению бюджета, перераспределяя денежные суммы казны на значительные направления без внесения замечаний в закон.

Уделим внимание тому, что профицитный бюджет Минфин первоначально планировал и на 2023 год с выходом на лёгкий дефицит в 2024 году. Силуанов отметил, что сейчас Минфину еще лишь ожидает согласовать подробности нового прогноза на следующие 3 года, на основании которого будет сформирован проект бюджета.

Инфляция в странах ЕС в апреле составила 7,5%, что превышает целевой показатель Европейского Центрального Банка (2%). Можно сделать выводы, что этот процесс связан с подорожанием энергоносителей и дефицитом ряда продуктов из-за высокой цены на топлива. Энергетический кризис и возможный запрет на импорт газа и нефти из Российской Федерации обещают ухудшение ситуации в Европейском союзе. Большинство европейцев готовы бастовать из-за дефицита товаров и не понимают, почему антироссийские санкции работают неправильно. На середину апреля продукты питания, алкоголь и табак в ЕС подорожали на 6,5%, а услуги на 3,3%.

В 2022 году после введения санкций России удалось целых 5 раз выплатить долг перед внешними кредиторами в валюте. Если рассмотреть это подробнее, то можно отметить, что средства списывались с замороженных счетов, каждый раз получая индивидуальное разрешение от американского банка-корреспондента J. P. Morgan.

В апреле 2022 года Минфин США ввёл запрет на перевод средств с замороженных счетов. Джер Псаки, пресс-секретарь Белого дома, заявила, что сегодня задачей США является заставить Россию потратить оставшиеся незамороженные валютные резервы и объявить дефолт.

В международном рейтинговом агентстве Moody's уже сейчас считается, что Россия находится в состоянии дефолта.

Пресс-секретарь Президента Российской Федерации Дмитрий Песков высказал своё мнение о данной ситуации. Он считает, что реального дефолта в стране не будет, так как у России достаточно средств, чтобы выполнить все свои обязательства. Однако, США могут довести страну до технического дефолта, чтобы нанести удар по репутации нашей страны.

Аналитик Дмитрий Дорофеев прогнозирует возможность дефолта 4-14 мая 2022 года. Российское правительство предпримет все, чтобы это событие отвести, но при дальнейшем развитии ситуации будет объявлен полноценный дефолт.

Причинами такого дефолта являются расшатывающие экономику санкции и то, что погашение Россией долга рублями не соответствует изначальным договорённостям, так как выплаты должны быть в валюте. Исходя из этого, можно сделать выводы, что Россия свои обязательства не выполнила.

Министр финансов Силуанов Антон прокомментировал, что при завлении дефолта долг будет выплачиваться держателям зарубежных облигаций в рублях, а не в валюте. По его словам, Россия предприняла все необходимые действия, чтобы инвесторы получили деньги.

Также, можно добавить, что при возникновении судебных разбирательств с зарубежными инвесторами, Минфин планирует подать в суд на заморозившие счета банки для того, чтобы доказать свою платежеспособность и желания исполнить принятые обязательства предъявляя платёжки, подтверждающие запрос на перевод средств в долларах.

Российский экономист Константин Ордов считает, единственной угрозой для России является технический дефолт (когда при наличии достаточного количества денег страна по техническим причинам не может расплатиться перед инвесторами). Поскольку на данный момент запрещены валютные переводы, то можно говорить о том, что из российских банков платежи не проходят, потому что еврооблигации выпущены в долларах.

Дефолт по внешнему долгу затронет не только иностранцев, но и обыкновенных россиян. Наиболее страшные последствия для простых граждан:

- Рост инфляции (20% годовых).
- Снижение доходов простых граждан (т. к. индексации пенсий и зарплат не сопоставимы с размером инфляции).
- Рост безработицы (т. к. те западные компании, которые еще работают в России, также приостановят свой бизнес).
- Девальвация рубля (т. е. обесценивание рубля по отношению к другим валютам, приведёт к удорожанию импортных товаров и зарубежных туристических путёвок).

Но, с позитивной стороны, можно сказать о том, что все накопленные сбережения российских граждан останутся целыми и невредимыми, к тому

же будут произведены все задолженности государства по погашению облигаций и российских акций.

В связи с тем, что сформирована сельскохозяйственная и лёгкая промышленность, государство сможет обеспечить спрос россиян, следовательно, дефицита продовольствия продуктов первой необходимости быть не должно. Системообразующие предприятия, банки, фирмы ИТ отрасли и производственные предприятия будут продолжать свою работу в штатном режиме.

Библиографический список

1. Кравцова, Р.Е. Финансовая политика государства РФ / В сборнике: Закономерности и тенденции формирования системы финансово-кредитных отношений Сборник статей Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2020. С. 118-120.
2. Шарина, Г.А. Финансовый механизм — активный элемент в системе управления финансами//Вестник Калмыцкого университета. 2019. №1. С.93-98
3. Мысляева И. Н. Государственные и муниципальные финансы. — М.: Инфра-М, 2019. — 446 с.
4. Будет ли Дефолт в 2022 году в России: прогнозы экспертов [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://emigrating.ru/03-05-2022-defolt-v-rossii-v-2022-godu/#i-5> (дата обращения 03.05.2022)
5. Что будет с экономикой России в 2022 году: объясняют эксперты Финтолка [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://fintolk-pro.turbopages.org/fintolk.pro/s/cto-budet-s-ekonomikoj-rossii-v-2022-godu-obysnyayut-eksperty-fintolka/> (дата обращения 30.04.2022)
6. Что будет с экономикой России в 2022 году. Прогнозы экспертов [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://rbc-ru.turbopages.org/rbc.ru/s/economics/03/01/2022/61c1ac739a79476c95bd7775> (дата обращения 2.05.2022)
7. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2022-2024 [Электронный ресурс] — Режим доступа: https://cbr.ru/about-br/publ/ondkp/on_2022_2024/ (дата обращения 03.05.2022)

УДК 336.743

ВЛИЯНИЕ КРИПТОВАЛЮТЫ НА ФИНАНСОВЫЙ РЫНОК

Гладков И.К. бакалавр 3-го курса

Научный руководитель: Губанова Е.В., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. Статья посвящена актуальной теме современного мира – криптовалюте. В статье уделяется основное внимание криптовалюте, использованию криптовалюты, платежной системе Блокчейн. Акцентируется внимание на влиянии криптовалюты на финансовый рынок.

Ключевые слова: криптовалюта, крипторынки, криптокошелек, криптобиржа, блокчейн, биткойн, финансовый рынок, инвесторы, инвестиционный портфель.

IMPACT OF CRYPTOCURRENCIES ON THE FINANCIAL MARKET

Annotation. The article is devoted to the actual topic of the modern world - cryptocurrency. The article focuses on cryptocurrency, the use of cryptocurrency, the Blockchain payment system. Attention is focused on the influence of cryptocurrency on the financial market.

Keywords: cryptocurrency, crypto markets, crypto wallet, crypto exchange, blockchain, bitcoin, financial market, investors, investment portfolio.

Компьютерные технологии закрывают нашу жизнь каждый день. Улучшения в финансовом секторе с банковским делом, технологиями и письменными инструментами в начале 21 века привело к появлению нового вида валюты – криптовалюты. Биткойны, эфириумы и другие, эквивалентные электронным валютам, активно обсуждаются уже много лет. Кто-то видит в этом инвестиции в будущее, а другие придают значение золотой горе, которая может расти, не выходя из дома, третьи сетуют на скептицизм и ждут очередной денежный пузырь. Однако исключено отнекиваться, что электронные деньги становятся неотъемлемой частью современного мира [4].

В действительности криптовалюты были пророчены уже давно. Первая книга о Биткойне была опубликована в 1997 году, за 12 лет до появления самого Биткойна и называлась: «Суверенная личность: овладение переходом к информационной эпохе» (The Sovereign Individual: Mastering the Transition to the Information Age). Скорее всего, тогда Джеймс Дэвидсон (James Dale Davidson) и лорд Уильям Риз-Могг (Lord William Rees-Mogg) не подозревали, что пишут книгу по истории, описывающую будущее.

К сожалению, на сегодняшний день как в теории, так и на практике не существует единого способа определения значения криптовалюты, что затрудняет обсуждение не только официальных правил криптовалюты в мире, но и науки на эту тему.

В статье Газпробманка «Что нужно знать о криптовалюте» можно узнать, что «...криптовалюта — это цифровая виртуальная валюта, которая циркулирует без вмешательства центрального банка и основана на общедоступных и децентрализованных технологиях шифрования и хранения (блокчейн) и некоторых функциях фиатной валюты (например, обмен, хранение, учет единиц)» [8].

В целом, с точки зрения информационных технологий, «...криптовалюта — это цифровая валюта, которая выпускается и рассчитывается на основе криптографии» [1].

Как известно, биткойн — далеко не единственная криптовалюта, хотя и является самым «разрекламированным носителем»:

1. Ripple — платежная система, состоящая из глобально децентрализованных бирж и одноименной посреднической криптовалюты, используемой для поддержки работы биржи. Используется несколькими банками, такими как Santander и UBS.

2. Zcash — в 2016 году была создана анонимная криптовалюта, которая скрывает количество отправителей, получателей и транзакций

3. Monero — криптовалюта была создана в 2014 году с использованием протокола CryptoNote для обеспечения конфиденциальности транзакций (сокрытия отправителя).

4. Litecoin — криптовалюта была разработана в октябре 2011 года инженером Чарльзом Ли. Он отличается от Биткойна тем, что обработка транзакций (почти) в 4 раза быстрее.

5. Dash — криптовалюта была создана в 2014 году с упором на анонимность. Биржи, в отличие от Биткойна, были смешаны с пользователями Dash, что делало невозможным определение отправителей и получателей.

6. Bitcoin Cash (BCH) — новая криптовалюта, возникшая в результате форка блокчейна Биткойн 1 августа 2017 года, когда сообщество не согласилось с тем, как увеличить пропускную способность сетей на основе Биткойна.

7. Блокчейн-платформа Ethereum - была разработана в 2015 году. У него есть собственная криптовалюта Ether (ETH) или Ethereum. Вторая по популярности криптовалюта после биткойна [3].

На рисунке 1 показана динамика капитализации трех крупнейших криптовалютных компаний и акций, которые составляют около 70% рынка криптовалют. В целом капитализация рынка криптовалют с годами быстро росла, но даже в краткосрочной перспективе ситуация может измениться из-за колебаний на его биржах. С момента своего существования произошло резкое падение и рост криптовалют.

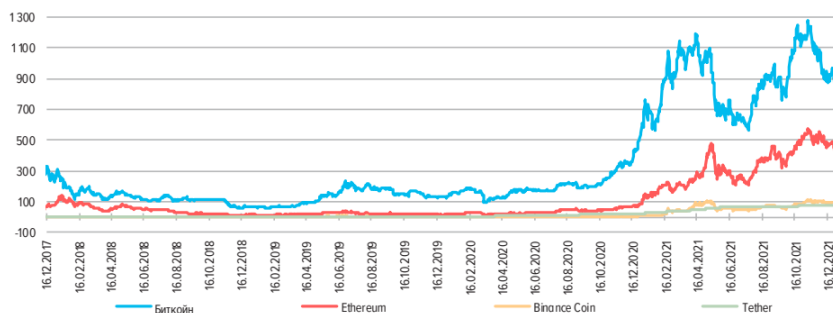


Рисунок 1. Динамика капитализации трех основных криптовалют и стейблкоина Tether

Четкой корреляции между изменениями стоимости биткойна и внутренних активов (золота, залога, недвижимости) до 2019 года не наблюдается. Однако с 2020 года наблюдается смещение роста в сторону взаимности, в основном из-за изменения цен на биткойн и стоимости акций золота и крупных компаний.

Рыночная стоимость криптовалют определяется двумя группами объектов. С другой стороны, это рыночная оценка технических возможностей (как легальных, так и неформальных) платежных услуг в экономике с перспективами дальнейшего распространения. С другой стороны, это предсказуемые факторы, связанные с высокой волатильностью криптовалют, волатильностью среды и желанием участников рынка получить немедленную прибыль.

Есть разные способы получить криптовалюту:

1. Майнинг – действия, результатом которых может быть выпуск криптовалют, а также получение криптовалют в качестве вознаграждения за тестирование транзакций, дополненное ресурсоемкими расчетами.

2. Покупка криптовалют на специализированных коммерческих платформах - криптовалютных биржах (далее- криптобиржа). Операции с криптовалютой на фондовых биржах включают в себя следующие виды деятельности:

- покупка криптовалют и получение их на криптокошельки;
- торговля криптовалютами из разных криптокошельков и со счета инвестора;
- внесение или вывод криптовалюты или других криптовалютных активов из кошелька пользователя в кошелек инвестора, когда они открывают счет при проведении с ними операций обмена криптовалютой;
- конвертация криптовалют в фиатные валюты и вывод на счета инвесторов.

3. Другие типы покупок криптовалют включают мгновенные покупки у держателей, брокеров, криптовалютных бирж, а также веб-сайтов, предлагающих услуги обмена криптовалюты (включая сеть Darknet).

Информация о цифровых валютах, которые покупают пользователи, может храниться в созданных пользователями кошельках (например, биткойн-кошельках), а также в кошельках, созданных биржами цифровых валют или сторонними организациями.

4. Покупка инвестиционных продуктов на основе криптографических активов. Основной тенденцией последних лет является приток институциональных инвесторов на рынок криптовалют и появление связанных с криптовалютой финансовых инструментов [7].

Ниже приведены различные причины для инвестирования в криптовалюту:

- владение криптовалютой как часть долгосрочной инвестиционной стратегии;

- скептицизм к традиционной экономической системе;
- вероятность получения быстрой прибыли от краткосрочных бизнес-операций;
- страх остаться в стороне.

Создание криптовалюты — это длительный процесс, который требует от разработчиков хороших навыков компьютерного программирования, понимания того, как работают инструменты, и точной системы, которая представляет собой систему выполнения кода, состоящую из блоков, связанных с программным обеспечением. Не существует золотого правила, которое могло бы решить проблему капитала путем создания криптовалюты. Разработка криптовалюты на базе единой платформы -Blockchain.

Метод оплаты блокчейн служит основой для торговли криптовалютой. В отличие от мульти дисциплинарных платежных систем с центральными банками, которые регистрируют банки и центральный банк, блокчейн - статичная, живая и динамичная система, которая создает цепочку неизвестных объектов, делит цепочку на 200-300 блоков транзакций и напрямую подключается к участвующим событиям.

Преимуществом системы блокчейн является не прямой поток денег без счетов и скидок, что делает транзакции намного быстрее, а отдельные пользователи могут видеть больше информации о транзакциях, меньшие затраты из-за отсутствия счетов, аудитов и управления. Банковские переводы по всему миру через Интернет и безошибочные транзакции. Эта система может использоваться финансовыми системами для предоставления глобальных банковских услуг для мониторинга финансовых показателей кредитной деятельности без обязательства записи транзакций.

Слабые стороны включают анонимные платежные системы злоумышленников, незаконных операторов и развитие теневой экономики, несоответствия и невозможность удержания платежей, а также уязвимости и лазейки в пиратстве [2].

Хотя роль криптовалют в текущей финансовой системе неясна, цифровые валюты быстро растут на международном уровне и становятся неотъемлемой частью финансовых рынков и рынков капитала.

В самом широком смысле рынок — это организация индивидуальных экономических отношений, связанных с куплей-продажей товаров и услуг. Таким образом, финансовый рынок в целом представляет собой рынок спроса и предложения на конкретные товары, т.е. источники финансирования. Финансовые рынки обеспечивают инвестиции в экономику, что немаловажно. Финансовые рынки подразделяются на кредитные и депозитные рынки, акции, страхование и банки наличных денег и драгоценных металлов. Последнее десятилетие отмечено появлением новой группы финансовых рынков цифровых валют (также известных как рынки криптовалют)

Интересным аспектом финансовых рынков является их подход к тому, как криптовалюты влияют на финансовые рынки. Теперь, когда криптовалюты растут, эти эффекты больше нельзя игнорировать. В настоящее время рынки биткойнов и криптовалют не слишком узки и достаточно растут, чтобы интегрироваться в глобальный финансовый рынок. Возможность привлекать криптовалюты на финансовые рынки позволяет предсказать, что происходит на фондовом рынке.

В первую очередь необходимо выявить механизм такого воздействия:

1. Будучи сегментом фондового рынка, крипторынок привлекает к себе часть инвестиций участников.

2. Фондовый рынок обладает отражающими свойствами и некоторым образом отражает события на других рынках, в том числе общественной жизни, крипторынках.

С точки зрения финансовых рынков криптовалюту можно определить прежде всего, как средство сбережения. Проницательные инвесторы быстро нашли применение криптовалютам, рассматривая их как инвестиционные активы, практически не зависящие от волатильности других активов. Есть множество факторов, которые дестабилизируют любую национальную валюту, будь то доллар или монгольский тугрик. Несмотря на свою волатильность, цена Биткойна продолжает расти в долгосрочной перспективе, и это свойство делает ВТС лучшей инвестицией с точки зрения прибыльности каждый год.

Пока что криптовалюты были далеки от доллара по объему инвестиций, но они уже отнимают часть фиатного рынка, и со временем влияние криптовалют на традиционные финансы будет только расти. Криптовалюты набирают обороты и становятся более доступными по мере снижения их энергетической ценности. Поскольку новые блокчейны делают ставки в начале, для выпуска монет потребляется меньше энергии, и увеличивается только скорость. Такая динамика вскоре приведет к тому, что криптовалюты скоро станут неотъемлемой частью грамотного инвестиционного портфеля.

Библиографический список

1. Максуров, А. А. Блокчейн, криптовалюта, майнинг: понятие и правовое регулирование: монография / А. А. Максуров. – М.: Дашков и К, 2020. - 198 с.
2. Маткова А.В., Городничев С.В. Влияние криптовалюты на финансовый рынок / А.В. Маткова, С.В. Городничев // Вестник Тульского филиала финуниверситета. – 2019. №1-2. – С. 177-179.
3. Цифровое будущее или экономика счастья?: монография / А. В. Черновалов, З. Цекановский, З. Шиманьский, П. А. Черновалов. - 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2020. - 218 с.
4. Михайлова Е. А. Влияние крипторынка на финансовый фондовый рынок // Economics. - 2020. №1 (44). – С. 61-63.

5. Соколова И.С., Губанова Е.В., Соловьева С.В. Использование финансовых инструментов при формировании эффективного портфеля ценных бумаг//Вестник НГИЭИ. -2016. -№ 9 (64). -С. 123-137.
6. Соколова И.С., Колганова Н.В., Губанова Е.В. Текущая оценка реальных инвестиций наукоемких предприятий в современных условиях // Вестник Воронежского института экономики и социального управления. - 2018. - № 2. - С. 36-40.
7. Криптовалюты: тренды, риски, меры / Банк России // [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/132241/Consultation_Paper20012022.pdf (дата обращения: 25.04.2022).
8. Что нужно знать о криптовалюте / Газпромбанк // [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.gpb-am.ru/press-center/journal/65-cto-nuzhno-znat-okripto-valiute> (дата обращения: 25.04.2022).

УДК 368

АВТОТРАНСПОРТНОЕ СТРАХОВАНИЕ

Гришкина А.Д. бакалавр 3-го курса

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

Аннотация. В работе обобщены и раскрыты виды автотранспортного страхования. Автострахование является видом страхования, который предназначен для того, чтобы защитить имущественные интересы застрахованных лиц, которые связаны с расходами на восстановление транспортного средства из-за аварийной ситуации, покупки нового транспортного средства после угона, но и компенсирование вреда, которые причинили третьи лица при использовании авто. В России автострахование осуществляется в добровольной и обязательной формах.

Ключевые слова: страхование, автотранспортное страхование, ОСАГО, КАСКО

AUTO INSURANCE

Grishkina A.D. Bachelor of the 3rd year

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

Annotation. The paper summarizes and discloses the types of motor insurance. Auto insurance is a type of insurance that is designed to protect the property interests of insured persons who are associated with the costs of restoring a vehicle due to an emergency, buying a new vehicle after theft, but also compensating for the damage caused by third parties when using a car. In Russia, car insurance is carried out in voluntary and mandatory forms.

Keywords: insurance, motor vehicle insurance, OSAGO, CASCO

Ситуация на дорогах России разнообразна и очень сложна: с каждым днем число машин растет и, соответственно, растет количество транспортных происшествий. Так, например, за 20 лет количество машин в стране увеличилось вдвое, но при этом, благодаря активной государственной политике, направленной на повышение безопасности дорожной инфраструк-

туры, число смертей снизилось почти вдвое, а число ДТП и количество раненых в 2020 и 2000 годах примерно равны.

Никто не способен защитить от всех опасностей, которые могут случиться в дороге. К тому же ДТП - это не единственная проблема, которая может случиться с автовладельцем, также ущерб транспортному средству может нанести стихийное бедствие, кража и нелепые случайности (нападение зверей, падение дерева и пр.). Чтобы избежать финансовых потерь, можно обратиться в страховую компанию и застраховать свой автомобиль.

Автострахование является видом страхования, который предназначен для того, чтобы защитить имущественные интересы застрахованных лиц, которые связаны с расходами на восстановление транспортного средства из-за аварийной ситуации, покупки нового транспортного средства после угона, но и компенсирование вреда, которые причинили третьи лица при использовании авто. В России автострахование осуществляется в добровольной и обязательной формах.

ОСАГО – обязательное страхование автогражданской ответственности - обязательно для любого управляющего автомобилем, ведь в любое время есть риск стать виновником дорожно-транспортного происшествия. По данным ГИБДД, в 2021 г. произошло 150 тыс. ДТП, в которых погибло около 17 тыс. человек и сотни тысяч получили ранения различной степени тяжести [3].

Сущность ОСАГО заключается в том, что водитель автомобиля заключает договор страхования своей гражданской ответственности со страховой компанией, и если по вине страхователя случится ДТП, то по действующему полису страховщик выплатит страховое возмещение другому, пострадавшему - участнику аварии, а также пешеходу или иным потерпевшим лицам.

В случае ДТП выплаты пострадавшему лицу уплачивает страховая компания, с которой заключен договор у виновной стороны. Данный страховщик взыскивает необходимую сумму со страховой компании виновного лица или же у самого виновного в результате судебных слушаний.

ОСАГО покрывает убытки, которые причинены в результате аварий и ДТП. К числу таких убытков в первую очередь относят ремонт автотранспортного средства, который включает в себя услуги эвакуатора, работы по восстановлению и т.д. В случае наличия пострадавших или погибших при автомобильной аварии страховая компания выплачивает страховку по полису ОСАГО. В данную страховку входят издержки на лечение и операции, похоронные услуги и т.д.

Однако суммы выплат ограничены: до 400 тыс. рублей за ущерб автомобиля, до 500 тыс. рублей – вред здоровью потерпевших.

Очевидно, что ОСАГО является выгодным видом страхования для страхователя, а вот для страховщиков, наоборот, достаточно проблемным и в силу высокого уровня убыточности, и частых судебных разбирательств

на этапе урегулирования страховых случаев. Данный вид страхования как никакой другой обсуждается в обществе, реформируется и оптимизируется с разным уровнем успешности [1].

По рисунку 1 заметно, что наивысший темп роста страховых премий относится ко 2 полугодью, что зависит от сезонных повышений уровня продаж страховок в 4 квартале в самый аварийный период.



Рисунок 1. Динамика показателей страховых компаний по ОСАГО по полугодиям за 2016-2020 гг.

За анализируемый период с 2016 года по 1 полугодие 2020 года наибольшие начисления выручки наблюдалось во 2 полугодии 2016 года, так как именно в этот период выручка по ОСАГО составила 120,6 млрд рублей.

Возмещения демонстрируют немного другое изменение: до 1 полугодия 2017 года замечается масштабный рост дефицитности и размера выплат, однако, со 2 полугодия 2020 года возмещения пришли в норму в промежутке 67 – 72 млрд рублей, что было связано:

- с правильно отрегулированным делением клиентов страховыми компаниями по регионам;
- принятием “натуральных” выплат по ОСАГО в форме направления страдающей стороны в ДТП на ремонт в технический сервис “страховщика”, вместо выплаты денежных средств;
- с составлением таблиц Российского союза автостраховщиков в каждом регионе по усредненной стоимости норма-часов, представленных во время расчета страховых возмещений по текущему виду, а также средней стоимости частей по транспортным средствам, являющихся запасными.

Данные факторы оказали влияние на повышение финансового итога по факту, а также привели к уменьшению количества мошеннических схем автострахования, в т.ч. с участием автоюристов, сделали устойчивыми и также обеспечили уменьшение средней суммы возмещений, и обеспечили колебание нерентабельности в общем по рынку в одном диапазоне [4].

Следует обратить внимание, что ОСАГО является одним из наиболее важных разделов страховых рынков развитых стран. За счет большого количества транспортных средств (около 300 миллионов) страны Европы также не являются исключением. Впоследствии учреждения Единого экономического пространства, авторынок Европы сильно изменился. Но тем не менее, все государства страны, относящиеся к Евросоюзу, применяют свои нормы в части ОСАГО. Германия является главным лидером по премиям ОСАГО в числе стран Европы. Также сюда можно отнести Англию, Италию и Францию.

Исходя из вышесказанного, страховые платежи в разных странах также отличаются. Так, ОСАГО в Германии для водителей со стажем более 3 года и автомобилей среднего класса цена составляет примерно 1200-1500 евро. В то время как цена ОСАГО во Франции и Италии является гораздо ниже и составляет 700-1200 евро за год. Следует заметить, что стоимость полиса ОСАГО зависит от многих факторов. Еще одной особенностью автострахования в Европейских странах является то, что страховые компании получают свой заработок от процентов размещения денег, поэтому по ОСАГО страховщики могут отдать до 90% заработанных средств.

Для стимулирования страхового бизнеса в странах Европы распространены различные дополнительные положения по ОСАГО. К примеру, в дефицитных районах Италии страховым компаниям запрещается устанавливать лимитирующие тарифы. При нарушении такого дополнения существует возможность потерять лицензию. В Великобритании существует такая особенность, что полис ОСАГО можно приобрести только вместе с полисом КАСКО.

Помимо всего прочего необходимо обратить внимание на тот факт, что рынок ОСАГО в Европе подлежит постоянным изменениям и совершенствуется. Так, тарифы на данный вид страхования с 2002 года не создаются государством, а образуются на рыночных условиях. В результате чего у страховщиков появляется возможность изменять свою цену. За последнее время наблюдается снижение массы неограниченных страховых покрытий и увеличения страховых сумм по всем страховым случаям «автогражданки».

В добровольной форме существует такое страхование, как КАСКО. Данное страхование покрывает все виды рисков для владельца автомобиля. К данному виду страхования не относится страхование пассажиров или перевозимого имущества.

КАСКО страхует собственность от таких видов рисков, как: воровство; действия третьих лиц, которые причинили вред машине; ущерб, полученный в результате несчастного случая; пожар; падение предметов. Также к полису КАСКО можно вставить возмещения за вред, который был причинен форс-мажорными обстоятельствами и стихийными бедстви-

ями. В результате благодаря КАСКО у автолюбителей появляется возможность застраховать практически любой случай, который может причинить вред автомобилю.

Полис КАСКО следует приобрести в случаях, когда у водителя имеется большой риск попасть в ДТП и стать виновником (например, если у него небольшой опыт вождения) или возникает риск угона автомобиля (дорогой автомобиль, популярная марка) [2].

Но помимо указанных случаев бывают и такие, при которых возникает необходимость приобрести страховку на автомобиль. В качестве примера можно привести ситуацию, когда автомобиль покупается в кредит, и банк может потребовать оформить страховку. Также к КАСКО относят отдельный договор на страхование от поломки автомобиля, но данный вид страховки оформляется достаточно редко.

Большой промежуток времени Каско было драйвером развития страхового рынка России. Однако в силу того, что это достаточно дорогой вид страхования, на фоне снижения платежеспособного спроса и значительного роста цен на автомобили, популярность Каско снизилась, что вынудило страховые компании внедрять «усеченные» программы, использовать франшизу. В 2021 году количество договоров КАСКО увеличилось, средняя цена полисов снизилась, а средняя выплата возросла. Так, страховщики получили более 113 млрд. рублей премий, но данный показатель ниже на 5,1% по сравнению с 2020 годом [4]. В то же время страховщиками было заключено около 4,8 млн. страховых договоров Автокаско, что на 400 тыс. больше, чем за 2020 год. Средняя цена одного страхового полиса равна 42500 рублей, сократившись на 7,5%. Выплаты по Автокаско за 2021 год достигли 64,8млрд рублей (спад на 18,5%). Всего заявлений о страховых случаях было принято 786,6 тысячи, а урегулировано было 778,5 тысячи.

В противовес ОСАГО, тарифы на автострахование в Российской Федерации не диктует Банк России. У разных страховых организаций свои программы с базовыми тарифами. Каждая компания пытается упорядочить соотношение страховых премий к страховым выплатам, для этого проводится постоянный сбор статистики страховых случаев [1].

Подводя итог, нельзя сказать, что лучше приобрести - ОСАГО или КАСКО - на случай ДТП. Это два разных вида страхования. Сегодня многие автолюбители имеют сразу два страховых полиса (КАСКО и ОСАГО), что позволяет защитить себя и свой автомобиль от большего количества рисков.

Библиографический список

1. Архипов, А. П. Социальное страхование: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. П. Архипов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 301 с.
2. Бабурина, Н. А. Страхование. Страховой рынок России: учеб. пособие для вузов / Н. А. Бабурина, М. В. Мазаева. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 127 с.

3. Суринов, А. Е. Экономическая статистика в страховании: учебник для академического бакалавриата / А. Е. Суринов. - 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. - 276 с.
4. Сусякова О.Н. Место и роль Российского союза автостраховщиков в реализации предупредительной функции страхования //Экономика и общество: проблемы и перспективы модернизации в России. Посвящается 95-летию Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. Пенза, 2013. С. 116-126.
5. Сусякова О.Н. Особенности развития рынка автострахования Каско в Российской Федерации и в Калужской области//Калужский экономический вестник. 2022. №1. С.17-31
6. Турчаева, И. Н. Страховое дело в сфере апк: учебник и практикум для СПО / И.Н. Турчаева. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 229 с

УДК 336

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КРИПТОВАЛЮТ

Гурьева А.В. бакалавр 2-го курса

Научный руководитель: Ибрагимова З.Ф., к.э.н., доцент

Бакирский государственный университет, Уфа

Аннотация. В статье исследуются современное состояние криптовалют, объем их капитализации, а также тенденции их развития в России. Изучены факторы, влияющие на спрос и предложение криптовалют и динамика их развития. Особое внимание уделено проценту стран в объеме вычислительных мощностей, которые используются для майнинга криптовалют на примере биткоина. Обосновывается вывод о том, что в среднесрочной перспективе появятся цифровые валюты Центрального банка большинства стран, которые будут сочетать в себе все преимущества криптовалют в их законном использовании, а также то, что данная область будет развиваться далее, как часть современного финансового рынка, интегрируя новые технологии в существующие банковские операции.

Ключевые слова: криптовалюта, биткоин, блокчейн, капитализация криптовалют, фиатные деньги, финансовый рынок, децентрализованные финансы, невзаимозаменяемый токен, цифровые валюты.

THE CURRENT STATE AND DEVELOPMENT TREND OF THE CRYPTO- CURRENCY

Gureva A.V. bachelor's degree of the 2nd year

Supervisor: Z.F.Ibragimova, Candidate of Economics, Associate Professor

Bashkir State University, Ufa

Abstract. The article examines the current state of cryptocurrencies, the volume of their capitalization, as well as the trends of their development in Russia. The factors influencing the supply and demand of cryptocurrencies and the dynamics of their development are studied. Special consideration is paid to the percentage of countries in the amount of computing power that is used for mining cryptocurrencies on the example of bitcoin. The conclusion is that in the medium term, digital currencies of the Central Bank of most countries will appear, which will combine all the advantages of cryptocurrencies in their

legitimate use, as well as the fact that this area will develop further as part of the modern financial market, integrating new technologies into existing banking operations.

Keywords: cryptocurrency, bitcoin, blockchain, cryptocurrency capitalization, fiat money, financial market, decentralized finance, non-fungible token , digital currencies.

Лучше всего значимость цифрового мира показывает капитализация криптовалют, то есть стоимость актива, рассчитанная на основе текущих биржевых котировок. Объем виртуальных денег составляет 3 трлн. долл. США (на начало ноября 2021 года) [3]. Это сумма находится на уровне бюджетов крупнейших стран мира. Актуальность развития и использования криптовалют не поддается сомнению, поскольку мир цифровых технологий давно является частью реального. Они влияют друг на друга, дополняют и развиваются вместе. Как первой и ведущей децентрализованной цифровой валюте, биткоину пророчат роль альтернативы фиатным деньгам, а блокчейну, как цепочке из блоков транзакций, на базе которого работают криптовалюты – роль традиционной финансовой системы.

Поскольку криптовалюта является децентрализованной и не подвержена регулированию со стороны государственных органов, ее стоимость по отношению к фидуциарным деньгам (выпущенным государством для обращения внутри страны) формируется в ходе биржевых торгов на криптовалютных биржах, таких как: Binance, Huobi, Coinbase, Kraken Exchange, FTX и т.д. Топ-5 стран по числу пользователей на криптобиржах представлен в таблице 1.

Таблица 1. Топ-5 стран по числу пользователей на криптобиржах (2020-2021гг.) *

Топ-5 стран	Binance	Huobi	Coinbase	Kraken Exchange	FTX
1	Турция	Китай	США	США	Турция
2	Россия	Украина	Великобритания	Германия	Республика Корея
3	Великобритания	Вьетнам	Испания	Франция	Китай
4	Бразилия	США	Германия	Великобритания	Тайвань
5	Аргентина	Россия	Франция	Нидерланды	Гонконг

* Выполнено автором по [11]

Это multifunctional системы, на которых происходит конвертация фиатных денег в цифровые. Токены и коины также можно обменивать между собой. Криптовалютная биржа ЕХМО, описывает токен (от англ. «token» – жетон), как: «Запись в реестре, которую можно использовать как „жетон“ для доступа к возможностям платформы, всем или какой-то отдельной функции. Например, токен ВТС дает доступ к возможностям блокчейна Биткоин (передача и обмен BTC), а токен ЕТН – к блокчейну

Эфириума (передача и обмен ЕТН, а также запуск смарт-контрактов)» [10]. То есть, токен – это цифровой актив, который служит виртуальной платежной единицей и предоставляет доступ к товарам и услугам внутри сети. Главное отличие токенов от коинов (от англ. «coin» – монета) в том, что токен работает на уже существующих площадках, в то время как для создания монет нужен собственный блокчейн.

Цена активов на криптовалютных биржах формируется на основе экономического закона спроса и предложения. Анализ спроса и предложения на криптовалюты (на примере биткоина) отображен в таблице 2.

Таблица 2. Факторы, влияющие на спрос и предложение криптовалют на примере биткоина *

№ п/п	Фактор, влияющий на спрос и предложение	Пояснения
1	Ограниченное количество монет	Добыча биткоина ограничена 21млн. монет, благодаря самой системе, поэтому стоимость и ценность ограниченного «товара» растет.
2	Торги альткоинов (любая другая криптовалюта со своим блокчейном)	Во время повышающегося спроса на альткоины растет и спрос на биткоин, так как для покупки альтернативных монет (будь то Litecoin, Dash, Monero и др.) необходимо заплатить за них биткоинами, что, непосредственно, ведет к курсовому росту стоимости биткоина из-за повышения спроса.
3	Рост сети биткоина	Появление новых пользователей, майнеров и нод (любой компьютер, подключенный к блокчейн-сети) ведет к увеличению полезности и расширению сети биткоин.
4	Новостные индикаторы	Криптовалютный рынок быстро реагирует как на новостные индикаторы. Положительные события усиливают рост, а отрицательные приводят к падению котировок.
5	Влияние государственных институтов	Государственное отношение к криптовалютам наравне с новостными индикаторами наиболее сильно влияют на спрос и предложение не только самих криптовалют, но и на оборудования для их «добычи». Например, полный запрет майнинга в Китае привел к миграции майнеров и оборудования в другие страны и обрушил стоимость последних.
6	Теневого рынок	Незаконные сделки, связанные с криминальным сектором, в большей степени осуществляются в анонимных криптовалютах. Из-за необходимости оплачивать альткоины биткоинами, криминальные сделки и теневой рынок в целом оказывают значительное влияние на спрос на биткоины
7	Биржевые спекуляции	Высокая нестабильность курса биткоина и его зависимость от новостных индикаторов, вовлекает большое количество биржевых спекулянтов, которые зарабатывают на рост и падении котировок.

* Составлено автором по [7]

На основе таблицы 2 можно сделать вывод, что курс криптовалют и цена биткоина – это показатели, значения которых зависимы в большей мере не от постоянных, а от переменных, внезапно появляющихся пара-

метров, таких как: новостные индикаторы, влияние государственных институтов и биржевые спекуляции.

Для исследования формирования цены биткоина применяется эксплораторный факторный анализ, то есть такая система анализа, согласно которой первоначально не определено, какие именно факторы могут наиболее точно описать взаимосвязи и взаимозависимости.

Хохлов В.В., Чайкина Е.В. и Посная Е.А. дают определение эксплозивности (от фр. «explosion» – взрыв) как: «Эксплозивность – это клиническое нарушение, готовность к внезапному, иногда неадекватному проявлению, эффект взрывного характера» [8]. Курс биткоина демонстрирует данное свойство, потому что он вырос по отношению к доллару в девять миллионов процентов за 10 лет.

Центральный банк Российской Федерации в своем докладе «Криптовалюты: тренды, риски, меры» отметил, что: «На декабрь 2021 года совокупный объём капитализации криптовалют достигал 2,3 трлн. долл. США – примерно 1% глобальных финансовых активов. Пиковой отметки капитализация криптовалют достигла 9 ноября 2021 года – более 3 трлн. долл. США» [1].

Мосакова Е.А. в своей статье «Современные тенденции развития рынка криптовалют» пишет о том, что: «Наиболее значительный рост рынка криптовалют наблюдался в 2017 г., в течение которого объемы рынка увеличились почти в 50 раз – с 17,7 до 828 млрд. долл. США. Однако уже в следующем году произошла рецессия, и капитализация рынка сократилась до отметки 100 млрд. долл. США» [5]. К 2021 г. капитализация рынка криптовалют на пике в ноябре тесно подобралась к 3 трлн. долл. США, хотя в начале года она была чуть более 760 млрд. долл. США [2]. Колоссальный рост основных криптовалют вместе с развитием сферы DeFi и набором популярности технологии NFT привели к более чем 3-кратному росту рынка.

Берлизова А. в своей статье для РБК дает определение DeFi (от англ. «Decentralized Finance» – децентрализованные финансы), как: «DeFi – это финансовые инструменты в виде сервисов и приложений, созданных на блокчейне. Главная задача децентрализованных финансов стать альтернативой банковскому сектору и заменить традиционные технологии нынешней финансовой системы протоколами с открытым исходным кодом. То есть открыть большому количеству людей доступ к децентрализованному кредитованию и новым инвестиционным платформам, что позволит им получать пассивный доход от криптовалютных активов» [2].

Макаров Ф., в свою очередь, описывает NFT (от англ. «Non-Fungible Token» – невзаимозаменяемый токен), как: «NFT – это цифровой сертификат, который представляет некий уникальный объект. Мы можем прикрепить невзаимозаменяемый токен к любому цифровому товару,

например – изображению, видео, аудио и т.д. В токене буде содержаться вся информация о товаре. Токен – это эксклюзивное право на товар. Владея, покупая, продавая или обменивая токен, мы совершаем все эти операции с самим товаром» [9]. Всегда можно узнать, кем сделан конкретный товар и кому в данный момент времени он принадлежит, потому что вся информация о токенах хранится в открытом распределенном блокчейне.

Центральный Банк Российской Федерации в своем докладе «Криптовалюты: тренды, риски, меры», ссылаясь на данные онлайн-сервиса Кембриджского центра по альтернативным финансам (англ. Cambridge Centre for Alternative Finance), демонстрирующего текущее потребление электроэнергии в связи с операциями в биткоинах, пишет о том: «По состоянию на август 2021 года наибольшие объемы вычислительных мощностей, используемых для майнинга биткоина, приходятся на США (35,4%), Казахстан (18,1%) и Россию (11,23%). Ситуация кардинально поменялась после введения запретов в Китае на осуществление майнинга и продажу оборудования, необходимого для осуществления майнинга, в другие страны» [1]. Регулятор также резюмирует о том, что: «Ранее Китай лидировал в этом списке – около 53% вычислительных мощностей приходилось на него (в настоящее время доля Китая в добыче криптовалюты снизилась до нуля), Россия тогда занимала 4-е место» [1]. На рисунке 1 продемонстрирован общий процент стран в объеме вычислительных мощностей, которые используются для майнинга биткоина (от англ. «Mining» – добыча полезных ископаемых). Майнинг заключается в решении математических уравнений для шифрования транзакций.

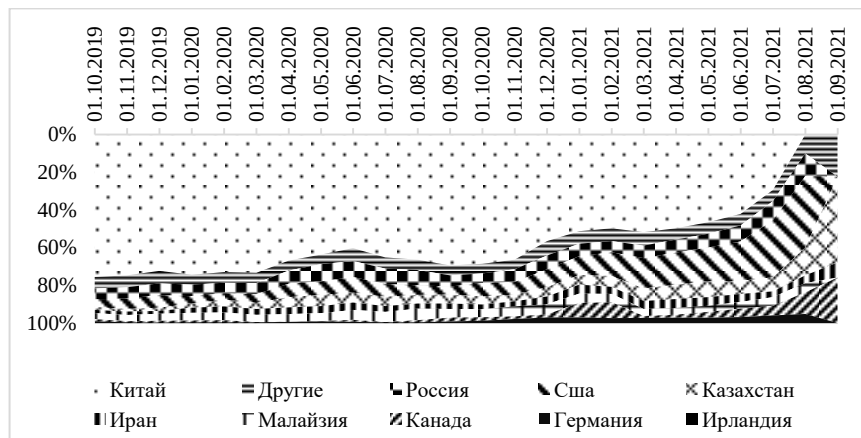


Рисунок 1. Общий процент стран в объеме вычислительных мощностей, используемых для майнинга биткоина

Если для оценки рыночной капитализации криптовалют взять отдельно взятый актив, то это будет не самый надежный показатель для проведения анализа. Однако, в целом, рыночная капитализация прекрасно оценивается, благодаря общему рыночному настроению и позволяет выявить долгосрочные перспективы на рынке.

На рисунке 2 представлен график с данными о доминировании отдельно взятых криптоактивов. Можно заметить определенные закономерности, например, обратную корреляцию между эфириумом (Ethereum) и биткоином (Bitcoin). При росте одного актива, снижается другой, и наоборот. Когда капитализация биткоина ослабевает, увеличиваются вложения в альткоины.

После 2017 года статистическая взаимосвязь криптовалют значительно изменилась. Теперь далеко не все монеты так близко воспринимают любое случайное отклонение какой-либо величины биткоина на свой счёт.

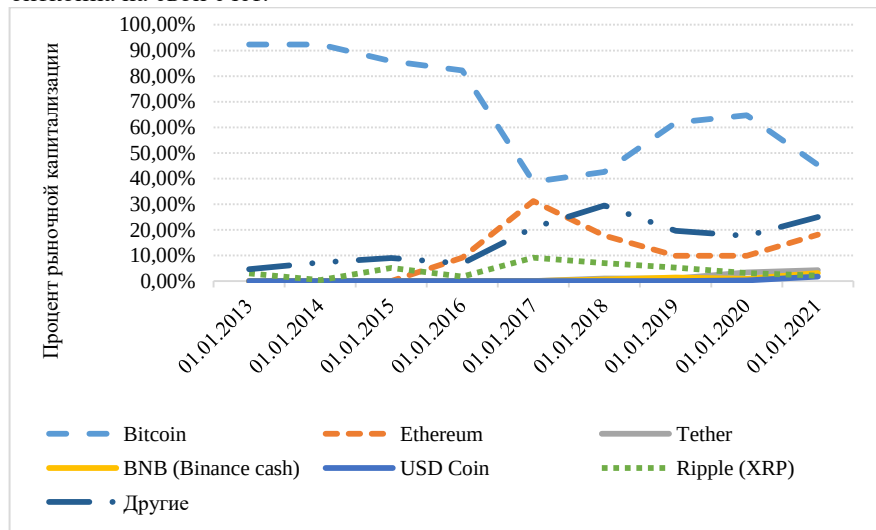


Рисунок 2. Процент общей рыночной капитализации основных криптовалют (их доминирование)

Исходя из графика на рисунке 2 можно сделать вывод о том, что по мере роста и укрепления многих второстепенных альткоинов, в долгосрочной перспективе это приведет к ослаблению биткоина. Рост курса большинства альткоинов стал ответом рынка на появившийся запрос на диверсификацию портфелей со стороны розничных инвесторов после жесткого этапа локдауна во время пандемии COVID-19 [9].

Центральный Банк Российской Федерации в своем докладе «Криптовалюты: тренды, риски, меры» пишет о том, что: «В настоящий момент доля транзакций, которая приходится на крупнейшие криптовалюты, ничтожно мала по сравнению с аналогичными показателями для наиболее популярных платежных систем» [1]. В докладе приводится пример числа транзакций, которые в 2020 году посредством платежной системы Visa превысили число ончейн-транзакций (от англ. «on chain» – транзакции, доступные в блокчейне) с биткойном более чем в 1500 раз. По словам ЦБ РФ, большинство стран заинтересовано в создании Цифровой валюты Центрального банка (ЦВЦБ). Они непосредственно должны совмещать в себе все законные преимущества криптовалют и иметь при этом характеристики законного платежного средства. Также Центральный Банк подчеркивает, что: «Периметр применения криптовалют будет сужаться по мере ограничения странами нелегальных операций» [1]. В результате, можно ожидать небольшого увеличения использования криптовалют в связи с развитием метавселенной и соответствующих платежных платформ (например, платежи в онлайн-играх с помощью BitPay или PayPal), но, как отмечает Центральный Банк: «В долгосрочном периоде с распространением ограничений на использование криптовалют в платежах следует ожидать разворота данного тренда» [1].

Михаил Теткин, в свою очередь, ссылаясь на Международный валютный фонд (МВФ) в статье для РБК пишет о том, что: «Страны под санкциями, такие как Россия, со временем могут начать использовать майнинг для ухода от ограничений» [6]. В статье также говорится о том, что: «Добыча криптовалюты, работающей на таком энергозатратном блокчейне, как биткойн, может позволить странам монетизировать энергоресурсы, которые не могут быть экспортированы из-за санкций». В МВФ указали, что для ухода от санкций Россия может использовать криптобиржи, не соблюдающие санкции или не имеющие надлежащих систем контроля [6].

Из вышесказанного следует, что рынок криптовалют – это абсолютно новая отрасль в мировой финансовой системе, являющаяся продуктом цифровой экономики. Криптовалюта на данный момент времени сталкивается с трудностями внешней среды и подвержена ее негативному влиянию потому, что только проходит этап экстенсивного развития и расширяет сферы своего влияния. Криптовалюты лишь начинают свой путь в меняющейся экономике и финансовом рынке, поэтому мы еще далеки от полного использования потенциала блокчейна-подхода. Но, общие принципы и технологии работы криптовалют на основе блокчейна позволяют сделать заключение о том, что данная область будет развиваться и далее, как часть современного финансового рынка, интегрируя новые технологии в существующие банковские операции. Для этого не существует универсального

плана действий, но финансовые предприятия, которые первыми разработают и внедрят жизнеспособный подход, возглавят эту отрасль.

Библиографический список

1. Банк России. Криптовалюты: тренды, риски, меры [Электронный ресурс] // Доклад для общественных консультаций. – 2022. – С. 23. – Режим доступа: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/132241/Consultation_Paper_20012022.pdf (дата обращения 01.04.2022)
2. Разжать кулак. Что такое DeFi и как на них зарабатывать [Электронный ресурс] // РБК. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/crypto/news/5e91a6d29a79473c6e4052c0>
3. Биткоин график курсов за всю историю с 2008 по 2021 [Электронный ресурс] : информационный портал. – Режим доступа: <https://rrtk.ru/vidy-kriptovalyut/kurs-bitkoina-grafik.html> (дата обращения 12.04.2022)
4. Графики рыночной капитализации криптовалют [Электронный ресурс] : информационный портал. – Режим доступа: <https://ru.tradingview.com/markets/cryptocurrencies/global-charts/> (дата обращения 1.04.2022)
5. Мосакова Е.А. Современные тенденции развития рынка криптовалют [Электронный ресурс] / Мосакова Е.А. // Век глобализации. – 2020. – №3. – С. 90-98. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-rynka-kriptovalyut>
6. МВФ назвал способ ухода от санкций с помощью майнинга криптовалют [Электронный ресурс] // РБК. – Режим доступа: https://www.rbc.ru/crypto/news/625fd4f69a79470495afe85c?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (дата обращения 24.04.2022)
7. Обзор криптовалютного рынка в 2021 году [Электронный ресурс] : информационный портал. – Режим доступа: https://probusiness.io/special_project/9104-dazhe-ilon-mask-vlozhilsya-kakie-factory-povliyali-na-rost-kriptovalyutnogo-rynka-v-2021-godu.html (дата обращения 1.02.2022)
8. Хохлов В.В. Экономико-математическая модель зависимости курса криптовалюты от эксплораторных факторов [Электронный ресурс] / Хохлов В.В., Чайкина Е.В., Посная Е.А // Финансовые системы. – 2020. – № 2. – С. 122. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomiko-matematicheskaya-model-zavisimosti-kursa-kriptovalyuty-ot-eksploratornyh-faktorov> (дата обращения 4.03.2022)
9. Что такое NFT [Электронный ресурс] : информационный портал. – Режим доступа: <https://vc.ru/crypto/214497-chto-takoe-nft> (дата обращения 7.03.2022)
10. Что такое криптовалютный токен: определение, виды, токенизация [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://info.exmo.me/ru/obuchenie/kriptovalyutnyi-token/> (дата обращения 1.04.2020)
11. International Monetary Fund. COVID-19, Crypto, and Climate: Navigating Challenging Transitions [Electronic resource] // Global financial stability report. – 2021. – URL: <https://www.imf.org/en/Publications/GFSR/Issues/2021/10/12/global-financial-stability-report-october-2021> (дата обращения 01.05.2022)

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА СТРАХОВОЙ РЫНОК РОССИИ

Давыдова А.В. бакалавр 2-го курса, Кузина Н.С. бакалавр 2-го курса

Научный руководитель: Суслякова О.Н., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация: В работе проанализировано влияние санкций на страховой рынок России, рассмотрены их возможные отрицательные последствия, а также ожидания самих страховых компаний.

Ключевые слова: страхование, страховой рынок, Росгосстрах, санкции.

THE IMPACT OF SANCTIONS ON THE RUSSIAN INSURANCE MARKET

Davydova A. V. bachelor of the 2st year, Kuzina N. S. bachelor of the 2st year

Supervisor: O. N.Suslyakova, Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract: The paper analyzes the impact of sanctions on the insurance market of Russia, considers their possible negative consequences, as well as the expectations of insurance companies themselves.

Keywords: insurance, insurance market, rosgosstrakh, sanctions

Страхование является частью экономики нашей страны, поэтому происходящее в национальной экономике с некоторым опозданием отражается на страховом рынке. В настоящее время страховой бизнес оказался в сложной ситуации из-за проведения специальной военной операции на Украине и последовавшей вслед за этим очередной партии санкций со стороны США и Запада. В настоящее время под санкции попали банки: Открытие, ВТБ, Газпромбанк, Промсвязьбанк, Новикомбанк, Совкомбанк, Сбербанк, Банк Россия. Даже коммерческие (негосударственные и не приближенные напрямую к структурам правительства) банки, Альфабанк и МКБ оказались в этом списке. Практически все из них имеют в своей структуре страховые компании. Исследование вносит свой вклад в дискуссию о том, являются ли санкции эффективными, или, другими словами, можно ли приписать санкциям некоторые негативные последствия с точки зрения потерь клиентов у страховщиков, или наоборот, их введение окажет положительный результат.

Одной из последствий введенных санкций, по мнению обывателей, является уход иностранных страховщиков с отечественного рынка страхования, что, по их мнению, негативно скажется на развитии страховых отношений. Однако, следует отметить, что за последние несколько лет российский рынок покинуло много страховщиков: MetLife, Liberty и др. В настоящее время в России работают несколько страховых компаний с иностранным капиталом. Доля иностранных компаний в капитале российского страхования составляет около 17%. Несмотря на то, что россияне, в зависимости от желаний Всемирной торговой организации, открыли страховой

рынок для международной страховой компании с возможностью создания прямых филиалов с 1 июля 2021 года, маловероятно, что это станет возможным в ближайшие три года. Более того, есть высокая вероятность, что уже существующие на рынке зарубежные страховые компании будут стремиться минимизировать свои риски и сократить свою долю в страховых компаниях в России, чтобы не попасть под санкции и не снизить собственные тарифы и цены акций [3]. Но утверждать, что их уход критично скажется на развитии страхового рынка нашей страны все же нельзя.

Одним из видов санкций является ограничение деятельности страховщика на международном рынке. В этой связи можно выделить следующие проблемы у страховщиков, попавших под действие международных санкций:

Во-первых, компания не сможет выйти на фондовый рынок, привлечь капитал от международного финансового учреждения, и интерес инвесторов к участию в компании будет ограничен.

Во-вторых, у нее может быть отозван международный рейтинг. Аудиторская иностранная компания не может предоставлять такие услуги страховщику. Интерес со стороны потенциальных инвесторов к российскому страховому имуществу снизится, однако и раньше он был не очень велик.

В-третьих, компаниям, находящимся под санкциями, может быть очень сложно справиться с корпоративными клиентами, если они сами не находятся на штрафных санкциях. Они прекратят все отношения с "токсичным" страховщиком, передав договоры страхования другим компаниям. Скорее всего, этот процесс не будет похож на лавину, если отношения между страхователем и страховщиком не потребуют размещения рисков на международных рынках перестрахования. То есть может произойти вывоз клиентов и потеря части бизнеса, что приведет к изменению страховой стратегии работы в корпоративном сегменте компании, которая меняется с акцентом на малый и средний бизнес, в котором гораздо меньше внимания уделяется санкционной чистоте страховщика.

В-четвертых, если страховщик будет включен в список, к кому предъявляются штрафные санкции, все иностранные страны (перестраховщики) прекратят свои контакты с ним. Это лишит страховщика перестраховочной защиты, опасное финансовое положение страховщика в случае важного страхового случая приведет к ужасным последствиям в связи с невозможностью переложения его на перестраховщиков.

В то же время отсутствие защиты по страховым тарифам приводит к риску клиента, который также попытается прекратить страховые отношения с компанией, находящейся под санкциями, и перейдет в другую компанию, не имеющую санкций и, благодаря этому, связанную с иностранными компаниями.

Наконец, страховщики, попавшие под санкции, имеют и валютные риски - для них невозможно проводить транзакции в долларах США, и

деньги будут заморожены на корреспондентских счетах иностранных представителей, когда они попытаются их перевести. Та же проблема может возникнуть при международных расчетах, деньги не будут получены страховщиком.

Однако, отечественные страховщики не поддаются панике и, несмотря на необходимость введения определенных изменений в деятельность, в целом не видят критичных последствий для бизнеса. Так, ПАО СК "Росгосстрах" не было признано подверженным значительному риску в своей деятельности в связи с принятым решением о наложении санкций на российские банки и их филиалы. Компания обладает резервами финансовой стабильности и обладает навыками, необходимыми для обеспечения бесперебойной работы всех подразделений и страховых агентов с точки зрения страхования и с точки зрения урегулирования убытков [2]. По мнению руководства, введенные ограничения не сильно коснутся бизнеса, ведь данные меры влияют на работу компании с юридическими лицами, но это примерно 10% от общего количества договоров страховщика. Переводы физическим лицам, на которые приходится 90% портфеля, окажут незначительное влияние на принятые решения [1].

Наложенные ограничения означают необходимость прекратить уже заключенные договоры перестрахования и переосмыслить новую возможность для организации перестраховочной защиты. Стоит искать поддержки у российских национальных перестраховочных компаний.

Отличие договора страхования от договора перестрахования состоит в следующем:

По договору страхования страховщик обязан покрыть убытки застрахованного и другие негативные последствия (такие как утрата имущества, выплата договорных убытков третьим лицам, инвалидность и телесные повреждения), если наступит событие, предусмотренное договором. В договоре страхования должен быть указан точный размер компенсации, выплаченной застрахованному, а также размер премии, выплаченной страховщику за его услуги.

Договор страхования должен быть составлен в простой письменной форме, оформленной сторонами. На практике большинство страховщиков предлагают стандартные проекты договоров страхования, которые могут не подлежать обсуждению. Договор перестрахования создает обязанность страховщика покрыть убытки застрахованного или иные негативные последствия. Такие договоры могут быть заключены между первоначальным страховщиком по договору страхования и последующим страховщиком, который обязуется покрыть расходы первоначального страховщика, связанные с выплатами застрахованному по договору страхования.

Эксперты полагают, что компаниям необходимо будет улучшить политику работы с юридическими лицами и отстраниться от работы с частными клиентами.

Крупные страховые брокеры не пострадают от санкций, считают эксперты, так как крупные брокеры привлекают новых клиентов, но при этом не организуют защиту ставки. Трудности могут возникнуть у компаний по страхованию их рисков с иностранным страхованием. Конечно, никто не может перестраховать обычные полисы для физических лиц, это делается только по крупному договору страхования, например, испытательных полетов, судостроительных рисков, воздушные и транспортные, промышленные и газовые риски и т.д. Если невозможно принять эти меры предосторожности, то, когда произойдет страховое событие, российской компании придется выплачивать компенсацию самостоятельно. А объемы сумм по этому контракту большие, и, если сразу по одной страховке произойдет несколько крупных страховых случаев, возникнет финансовая проблема, которая может затронуть всех клиентов компании.

Существует еще одна сложная проблема с существующими валютными контрактами — их удорожание из-за резкого повышения курсов иностранных валют. Мы могли наблюдать заметное снижение курса рубля по отношению к другим валютам, что в свою очередь повлияет на страхование в автомобильной области, а это наиболее главный сегмент всего страхового рынка в России. Во-первых, повысятся цены на авто, а соответственно на их страховку. Выплаты западным перестраховщикам за них производятся в долларах или евро. При быстром росте курса каждый день задержек может привести к финансовым потерям для компании.

В сложившихся условиях страховой рынок в Российской Федерации будет открыт для страхования в Азии, в первую очередь в Китае. Арест денег граждан России, а также российских компаний за рубежом, один из самых наихудших сценариев, который может произойти в связи с действующими санкциями. Данный процесс может привести к полной национализации различного рода имущества национальных компаний, в эту часть может войти и страховое имущество, что в последствии сможет привести к невозможности российских компаний сотрудничать с иностранным бизнесом, в том числе с азиатским рынком, так как они тоже могут попасть под санкции.

Таким образом, введенные санкции неизбежно окажут влияние на страховой рынок нашей страны, и с точки зрения организационно-правового аспекта, и с позиции перестройки системы защиты клиентов страховых компаний. Однако, позитивный настрой большинства специалистов в области страхования, подкрепленный активными действиями государства и органа страхового надзора, позволяют надеяться на решение всех политических и экономических разногласий и дальнейшее эффективное развитие отечественного страхового рынка.

Библиографический список

1. Что ждет страховые компании России в 2022 году? Электронный ресурс [Режим доступа] - URL: <https://calmins.com/chto-zhdet-strahovyye-kompanii-rossii-v-2022-godu-okazavshiesya-pod-davleniem/> (Дата обращения)
2. Что изменится в ваших страховках из-за обесценивания рубля и новых санкций? Электронный ресурс - Режим доступа - URL: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=10961689> (Дата обращения)
3. «Эксперт РА» Рынок страхования в России Электронный ресурс - Режим доступа - URL: <https://raexpert.ru/releases/2022/jan11> (Дата обращения 24.04.2022)
4. Сусякова О.Н. Роль страхования в противодействии последствий пандемии//Калужский экономический вестник. 2021. №1. С.16-19
5. Сусякова О.Н. Страхование как элемент личного финансового планирования//Калужский экономический вестник. 2019. №3. С.63-65

УДК 336.22

ОСНОВНЫЕ НАЛОГОВЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ФИНАНСОВО-БЮДЖЕТНОЙ ПОЛИТИКЕ НА ПЕРИОД 2019-2022 ГОДЫ

Искан П.Д. бакалавр 2-го курса

Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация. В работе проведен анализ налоговых изменений в финансово-бюджетной политике по годам, начиная с 2019 года. Значительное внимание уделено текущему состоянию, а также будущим перспективам по исчислению налогов.

Ключевые слова: финансово-бюджетная политика, налоги, сборы, финансы, льготы, бюджет, финансы, бюджетная система, НДС, НДФЛ, налог на прибыль

MAJOR TAX CHANGES IN THE FINANCIAL AND BUDGET POLICY FOR THE PERIOD 2019-2022

Iskan P.D. bachelor's degree of the 2nd year

Supervisor: O.I. Kostina, Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. The paper analyzes tax changes in the financial and budgetary policy by years, starting from 2019. Considerable attention is paid to the current state, as well as future prospects for the calculation of taxes.

Keywords: fiscal policy, taxes, fees, benefits, budget, finances, budget system, VAT, personal income tax, income tax

Цель финансово-бюджетной политики Российской Федерации – определение положений при составлении проекта федерального бюджета на текущий год и на плановый период – два года. Также к цели основных направлений финансово-бюджетной политики Российской Федерации относят методы к формированию, основные характеристики, а также прогнозируемые параметры Федерального бюджета Российской Федерации и

других бюджетов бюджетной системы России на текущий год и на плановый период.

Начиная с 2019 года, в силу вступают одни из ключевых изменений, которые затрагивают налоговое законодательство Российской Федерации. Изменения затронули ведение расчетов по налогам и сборам. Так, в частности, была установлена предельная величина базы по пенсионным взносам – 1165 тыс. рублей. Изменения также затронули и социальное страхование – 865 тыс. рублей. На тот момент предполагалось, что тарифы по взносам останутся неизменными до 2020 года включительно, однако это было не совсем так.

Одна из ключевых и самых запоминающихся событий 2019 года, в ключе налогового законодательства, стало увеличение ставки по НДС с 18% до 20% - на 2 п.п. К слову, для организаций была введена некая обязанность по ведению раздельного учета НДС.

Данный год заполнился и нововведениями касательно НДФЛ. Поменялся регламент исчисления налога с экономии на процентах. Ещё одним нововведением стало то, что прекратилась освобождаться выгода материальной помощи.

Налог на прибыль в 2019 году также приобрел несколько новшеств. Непосредственно это на себе ощутили резиденты особых зон. Данные резиденты отдают в региональный бюджет лишь 13,5, а в федеральный 2%.

Экспертами отмечается, что некоторые новшества, касательно изменения порядка признания некоторых доходов/расходов для налогообложения прибыли способны были дать положительный эффект для экономики, что и произошло. Ведение бизнеса в Российской Федерации должно подразумевать отражение своих действий на экономику страны. Это одна из целей экономической политики. Иными словами, бизнес должен работать на благо общества, в том числе и на благо государства.

В 2019 году экспертами отмечалось, что приоритетные цели финансово-бюджетной политики Российской Федерации должны были быть направлены на поддержание, а также развитие социально-экономической составляющей страны. Значимая роль в данном процессе отводится обеспечению собираемости налогов и сокращению нарушений налогового законодательства.

В период коронавирусной пандемии COVID-19 были введены поправки в Налоговый кодекс от 31 марта 2020 года – Федеральный закон от 01.04.2020 № 102-ФЗ.

Налоговые изменения были объявлены Президентом в обращении от 25 марта 2020 года. Для принятия оперативных мер расширены полномочия Правительства Российской Федерации. Так, в частности, Правительству РФ было предоставлено право изменять сроки сдачи отчетности и уплаты налогов. Для поддержания малого бизнеса вводится пониженная совокупная ставка страховых взносов.

До конца 2020 года Правительству Российской Федерации, а также главам субъектов Российской Федерации было предоставлено право утверждать нормативные акты по ряду вопросов. Правительству Российской Федерации предоставлено право на:

- 1) приостановление, отмену и перенос налоговых проверок;
- 2) продление сроков уплаты налогов, сборов, страховых взносов;
- 3) продление сроков сдачи налоговой и бухгалтерской отчетности;
- 4) продление сроков направления налоговых требований;
- 5) расширение перечня оснований для предоставлений налоговой отсрочки, рассрочки по налогам, сборам, пеням и штрафам;
- 6) установление условий и способов обеспечения исполнения налоговых обязанностей;
- 7) изменение условий привлечения к ответственности за опоздание со сдачей отчетности.

Высшим исполнительным органам государственной власти в субъектах федерации было представлено право на:

- 1) продление сроков уплаты налогов по специальным режимам;
- 2) продление сроков уплаты региональных и местных налогов и сборов, торгового сбора для всех или отдельных категорий налогоплательщиков.

Организациям и предпринимателям отныне следует проверять сроки сдачи отчетности и уплаты налогов не только в Налоговом Кодексе Российской Федерации, но и документах Правительства Российской Федерации и местных органов власти, если, к примеру, есть необходимость воспользоваться отсрочкой по сдаче отчетности или уплате налогов. Если такой необходимости нет, то можно руководствоваться Налоговым Кодексом Российской Федерации.

Также важно отметить, что Правительству Российской Федерации и губернаторам субъектов Российской Федерации предоставлено право увеличивать, а не сокращать сроки, установленные в Налоговом Кодексе Российской Федерации.

Следующее изменение касается НДФЛ. Изменились правила взимания НДФЛ с процентов по банковским вкладам физических лиц. С процента по высокой ставке – ставка Центрального Банка плюс 5 п.п. – взимался НДФЛ в размере 35%. Данный порядок был отменен. В настоящее время налоговая база представлена следующий образом:

1. Суммируются проценты по всем вкладам физического лица.
2. Сумма 1 млн рублей умножается на ключевую ставку Центрального Банка Российской Федерации, действующую на начало налогового периода. Налоговым периодом по НДФЛ является календарный год – ставка на 1 января отчетного года. Результат этого произведения – налоговый вычет.
3. От суммы всех полученных процентов отнимается вычет, оставшаяся сумма составляет налоговую базу.

4. Налоговая база облагается НДФЛ по ставке 13%.

Банке не исполняли обязанности налогового агента. Ежегодно до 1 февраля они передавали в Федеральную налоговую службу данные по банковским процентам физических лиц за прошедший год. Расчет и рассылку налоговых уведомлений делал ФНС. До 1 декабря физические лица должны были обязаны оплатить налог.

Позже НДФЛ по вкладам пережил ещё несколько изменений. Самое важное – увеличение процента до 15. Если все доходы физического лица превышают 5 млн рублей, то он должен будет заплатить налог исходя из следующих условий: 13% от 5 млн рублей, а все что свыше 5 млн рублей – по ставке 15%.

Ещё одно изменение – при расчете ключевая ставка берется не на начало налогового периода, а максимальная за период. В остальном расчеты остались те же.

Последними изменениями в ключе НДФЛ стало то, что в связи с санкциями и ростом ключевой ставки – НДФЛ по вкладам за 2021 и 2022 годы взиматься не будет. ФНС планирует продолжить взимать НДФЛ по вкладам, начиная с 2023 года по вышеупомянутым условиям.

В 2022 году также были отмечены изменения в налоговом законодательстве. Изменения коснулись НДС, НДФЛ, налога на прибыль и на имущество.

С 1 января 2022 года для субъектов МСП и с 10 марта 2022 года для организаций и ИП, кроме МСП будут отменены все плановые проверки, за исключением закрытого перечня объектов контроля сроком до конца года. Внеплановые проверки все же могут быть, но для этого должно быть согласование с Прокуратурой Российской Федерации. Также с 8 марта 2022 году и до конца 2024 года не будут проводиться плановые проверки аккредитованных организаций, которые занимаются деятельностью в области информационных технологий.

С 28 февраля 2022 года были введены обязательство для резидентов – участников внешнеэкономической деятельности. Они будут обязаны продать 80% имеющейся иностранной валюты. Порядок продажи при этом устанавливает Центральный Банк Российской Федерации.

С 2 марта 2022 года был введен запрет на вывоз из Российской Федерации наличной иностранной валюты свыше 10000 долларов по курсу Центрального Банка Российской Федерации на дату выезда.

С 1 марта 2022 года был отменен НДС на продажу банками физическим лицам драгоценных металлов. Исключением стали монеты. Таким образом, Министерство финансов Российской Федерации считает, что эта манипуляция станет альтернативой для инвестиций денежных средств физических лиц.

С 1 января 2022 года были предоставлены временные налоговые льготы для тех организаций, которые зарегистрированы на территории

Курильских островов. Такое послабление будет действовать с момента регистрации и до конца года включительно. Льгота заключается в отмене уплаты налога на прибыль. Однако у таких организаций есть и альтернатива – пониженные тарифы страховых взносов:

- 1) обязательное пенсионное страхование – 6%;
- 2) временная нетрудоспособность и в связи с материнством – 1,5%;
- 3) обязательное медицинское страхование – 0,1%.

Ещё одно изменение, выдвинутое Центральным Банком Российской Федерации, заключается в сумме снятия валюты со вклада. По новым правилам, с 9 марта и по 9 сентября наличными средствами можно получить до 10000 долларов США, остальную сумму по вкладу можно получить лишь в валюте Российской Федерации по официальному курсу на дату получения.

Налог на прибыль. С 1 января 2022 году было разрешено учесть больше затрат на санитарно-курортное лечение в расходы на налог на прибыль. До конца 2024 года можно будет уменьшить налоговую базу по данному налогу за счет сумм убытка прошлых лет, но не более чем на 50%.

НДС. Был расширен перечень товаров, реализация которых осуществляется по НДС с межценовой разницей. А также был отменен НДС для услуг общественного питания при соблюдении условий не превышения доходов за прошедшие периоды в 2 млрд рублей, а также доходы услуг общественного питания организации должны составлять не менее 70% от совокупных доходов.

НДФЛ. Больше не облагается налогом оплата путевки на детей до 18 лет (24 лет при обучении по очной форме).

Налог на имущество также принял несколько изменений. Одно из главных нововведений – запрет регионам устанавливать сроки уплаты данного налога – теперь сроки для всех регионов Российской Федерации едины. Срок оплаты – до 1 марта текущего года.

Библиографический список

1. Боблей В.А. Основные налоговые изменений в финансово-бюджетной политике России на период 2019-2022 годы / Современные информационные технологии в экономике: актуальные вопросы, достижения, инновации. – 2022, Москва. С. 26-30.
2. Колесникова Е.Н. Основные налоговые изменений в финансово-бюджетной политике России на период 2019-2021 годы / Вектор экономики. – 2019, Рязань. С. 1-29.
3. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации «Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2022 год и на плановый период 2023 и 2024 годов» [Электронный ресурс] – URL: <https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2021/09/main/2022-2024.pdf> (Дата обращения: 02.05.2022).

**СОВРЕМЕННЫЕ КЕЙСЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ,
ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Кокорева В.И., Лучкина А.Д. бакалавры 2-го курса

Научный руководитель: Губанова Е.В., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация: Не для кого не секрет, что самыми передовыми странами в области развития цифровой экономики на сегодняшний день являются: США, Великобритания, Япония и Китай. Мы могли наблюдать мощную волну изменения и совершенствования моделей деятельности в бизнесе и социальной сфере, которые происходили на протяжении двадцати лет в этих странах. Эти изменения произошли благодаря развитию научно-технической области, называемой цифровой трансформацией, которая успешно развивается на территории нашей страны.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровая трансформация, кейсы, программа, технология, государство, бизнес

**MODERN CASES OF THE DIGITAL ECONOMY OPERATING ON THE
TERRITORY OF THE RUSSIAN FEDERATION**

Kokoreva V.I., Luchkina A.D. 2nd year bachelors

Supervisor: Gubanova E.V., Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract: It's no secret that the most advanced countries in the field of digital economy development today are: the USA, Great Britain, Japan and China. We could observe a powerful wave of changes and improvements in business and social models that have been taking place in these countries for twenty years. These changes have occurred due to the development of the scientific and technical field called digital transformation, which is successfully developing on the territory of our country.

Keywords: digital economy, digital transformation, cases, program, technology, government, business.

Цифровая трансформация в области цифровой экономики – это не только инвестиции в новые технологии (искусственный интеллект, блокчейн, анализ данных и интернет вещей), но и глубокое преобразование продуктов и услуг, структуры организации, стратегии развития, работы с клиентами и корпоративной культуры. Иными словами, это революционная трансформация модели организации [7].

Она включает в свою деятельность самое главное – фундаментальное изменение стереотипов мышления и методов работы. Данные изменения достигаются путем реализации различных кейсов, которые, в свою очередь, делятся на отдельные три категории и отражают цели цифровой трансформации в России. Первая категория – это улучшение качества жизни граждан, вторая категория – повышение эффективности государственного управления и, наконец, третья категория – повышение эффективности бизнеса. Кейсы в каждой из этих категорий делятся на сферы

деятельности, непосредственно в которых они уже применяются или будут применены.

Стоит отметить, что само определение цифровой экономики на территории РФ было создано лидирующими высокотехнологичными компаниями, для такой важной цели, как обеспечение продуктивного диалога между бизнесом и государством. Так была запущена одноименная национальная программа «Цифровая экономика 2024». Таким образом, организация обрела поддержку со стороны Президента РФ и Правительства РФ вплоть до 2024 года.

Попробуем заглянуть чуть глубже и на примере нескольких реальных кейсов, действующих на территории нашей страны, рассмотрим технологии, на основе которых они построены. Ведь, фундаментом всех изменений и цифровой трансформации являются именно они.

Рассмотрим, казалось бы, уже привычную для нас вещь – смартфон. Сейчас он используется не только для общения и передачи необходимой информации, в нем можно найти абсолютно все для комфортной жизни. Технологии давно шагнули вперед, и современный пользователь хранит в гаджете всю необходимую и важную информацию, которая надежно защищена. Одним из способов такой защиты является система, активно внедряющаяся в современные смартфоны, это система распознавания лиц. Она способна эффективно защищать своего пользователя данных. Как это работает? При первом запуске смартфона сканируется лицо пользователя – хозяина гаджета, и вот, все данные попадают под надежный замок, ключ к которому – ваше лицо. Но, если пользователь наденет очки или закроет шарфом лицо, вероятность того, что устройство Вас узнает, крайне мала.

Первый кейс в российской системе – это как раз данная интеллектуальная система распознавания лиц, которая позволяет провести обнаружение, верификацию и идентификацию лица, а также определить возраст, пол и даже эмоции человека, при видимости всего в 20 %. Разработчиком данной технологии выступает российская компания под названием «N-TECH.LAB». Верификация и распознавание лиц, разработанные данной компанией признаны одними из лучших в мире, в том числе, по данным исследования Правительства США.

Рассмотрим кейс применения данной технологии в нашей реальной жизни. Система распознавания лиц позволила России на Чемпионате мира 2018 по футболу («FIFA WORLD CUP RUSSIA 2018») обеспечить наивысший уровень безопасности всех участников мероприятия. Перед компанией «N-TECH.LAB» были поставлены следующие задачи проекта:

- 1) Создать эффективную систему видео аналитики, которая обеспечивает безопасность во время проведения чемпионата мира;
- 2) Получить достоверную статистику о составе посетителей мероприятий, необходимую для улучшения работы городских сервисов, предоставляемых государственными структурами жителям мегаполиса.

Основной продукт компании называется «FindFace SECURITY». Данная технология базируется на нейронных сетях и позволяет: идентифицировать человека по базе данных, размером несколько миллионов фотографий всего за одну секунду, обеспечить точные результаты идентификации вне зависимости от качества предоставленного фото- или видеопотока, освещения, положения головы и тела, присутствия в кадре посторонних объектов, и, наконец, анализировать видеопотоки с нескольких сотен тысяч камер одновременно. Чем она может быть полезна? Данная система уже позволила успешно распознать в реальном времени и принять своевременные меры к задержанию почти тысячу человек из розыскных баз, размер которых составляет около пятидесяти тысяч фотографий правонарушителей, включая зарубежных, в т.ч., находящихся в федеральном розыске. На чемпионате мира 2018 данная система помогла составить подробную аналитику посещения матчей, удивительно, но точность подсчета составила 99,4%, а общая картина данных была дополнена информацией о болельщиках.

Как работает данная технология? Распознавание личности проходит в несколько этапов. Первый этап называется детектирование лица и силуэта на изображении. Алгоритм анализирует кадр видеоряда, который состоит из массива пикселей. Система определяет цвета пикселей в виде специального цветового кода в палитре в виде 3-х числовых значений. Алгоритм определяет лица, т.е., где на изображении оно располагается, затем выделяет координаты границ лица - верхнюю, левую и правую для дальнейшей работы с каждым из них.

Второй этап – это исправление искажений. Алгоритм определяет положение головы человека и определяет визуальное искажение, например, он может развернуть лицо в положение «анфас». Технология распознавания лиц работает в довольно сложных условиях и эффективно отображает лица на изображении и видео.

Третий этап – извлечение характеристик лица. Сеть находит и присваивает каждому лицу свой вектор признаков, проще говоря, создает биометрический шаблон лица.

Четвертый этап – верификация или идентификация лица. Идентификация – это сопоставление признаков лица с другими, которые имеются в базе. Технология способна находить лица, даже если они прошли значительные возрастные изменения, если появилась борода или усы, надеты очки или вовсе перекрыта часть лица.

Подобные видеосистемы очень полезны для каждого из нас. Они способны надежно защитить наши данные, выступая в качестве ключа к ним. Все чаще они появляются в торговых центрах, где их роль - распознавание клиента. Так, еще на подходе к магазину, система заранее подбирает для него товары, прямо как в фильмах про фантастику, но эта фантастика все чаще и глубже внедряется в нашу с Вами повседневную жизнь. Для орга-

низации такая технология даст огромное преимущество – она поможет найти характеристику о любом человеке и подобрать для него правильный подход для улучшения его работоспособности, тем самым и повышения эффективности самой компании.

Хотя бы раз каждый из нас задумывался о том, как часто в повседневной жизни нам нужна такая вещь, как английский язык. Как увеличилась его значимость для нас по сравнению с поколением наших родителей? Английский язык открывает множество горизонтов – это возможность без языковых барьеров путешествовать за границу, учиться в самых престижных университетах мира, читать литературу на иностранном языке, работать в зарубежных компаниях и просматривать различные сериалы и фильмы в оригинальной озвучке. И следующий кейс цифровой трансформации на территории нашей страны посвящен именно ему, английскому языку. Возможность к его изучению, а в дополнение и к изучению математики, доступна на электронной образовательной платформе, которая носит название «Skyeng». Она создана студентами ВУЗов нашей страны, а именно, МГТУ им. Баумана и МФТИ.

Идея по созданию данного сервиса пришла Георгию Соловьеву, который являлся на тот момент обычным студентом МФТИ. У молодого основателя будущей платформы возникла проблема, ему было необходимо пройти стажировку за границей, но останавливало его знание, а точнее незнание такого предмета, как английский язык. Он начал предпринимать какие-то меры и первым, что пришло на ум, был, конечно же, репетитор. Но репетитор по английскому языку в Москве – это довольно дорогая услуга, доступная не каждому человеку, а тем более, не позволительная роскошь для студента, а работа с репетиторами из других регионов, где цена на их услуги ниже, это очень неудобно. Именно данная ситуация и подтолкнула молодого студента придумать самому решение своей же проблемы. Соловьев решил создать подходящую ему систему, он поделился своей идеей с Денисом Сметнёвым, который с радостью присоединился к планируемому проекту. Так, сервис «Skyeng» появился на территории РФ в 2012 году и успешно функционирует в наше время.

Платформа предоставляет пользователю такие возможности, как неограниченный доступ к необходимым пособиям, словарям и дополнительной литературе, что дает возможность к изучению иностранного языка в любом месте и в любое удобное время. Как работает платформа? Например, при просмотре фильма с субтитрами на английском языке, Вам встретилось незнакомое слово, сервис дает возможность одним кликом добавить его в свой личный словарь, где уже будет доступен его перевод и необходимые пояснения. Система устроена таким образом, что на протяжении всего обучения, Ваш личный преподаватель видит все успехи и вычисляет проблемные места, таким образом, определяя состав следующего занятия. Еще одним немаловажным преимуществом данной системы явля-

ется гибкий график занятий, совсем не важно, кем Вы являетесь, студентом или предпринимателем, у каждого есть возможность подобрать максимально удобное время для обучения, нет никаких барьеров, доступ к знаниям есть как в 6 утра, так и в 12 часов ночи. Совсем скоро платформа запустит такую же возможность к изучению математики, а в дальнейшем, планируется запуск курсов и по другим предметам.

Каким образом цифровизация может помочь сектору бизнеса? Разберемся на примере банковской сферы. Введем новое понятие – цифровой банк. Цифровым называют банк без отделений, которые заменены сотрудниками банковского или аутсорсингового кол-центра, а также курьерской службы или партнерской оффлайн сетью. Безусловно, банк такого типа должен обладать развитым мобильным и интернет-банком. Банковская цифровизация в России происходила практически одновременно со становлением банковской системы по всей стране. Пионерами в цифровой банковской сфере являются такие компании, как: «СберБанк», «Tinkoff Bank» и «Альфа-Банк». Ниже, на рисунке 1, представлена гистограмма, показывающая рейтинг самых популярных мобильных банков на территории РФ на начало 2022 года.

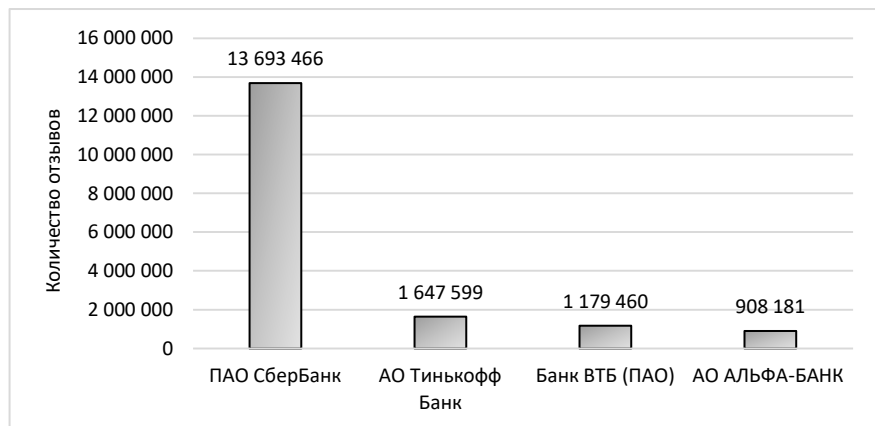


Рисунок 1. Самые популярные мобильные банки на территории РФ

«СберБанк» – это хороший пример цифровой трансформации на территории нашей страны, еще в 2007 году он представлял собой архаичные отделения с огромными очередями и полным отсутствием сервиса, сейчас, это современная технологическая экосистема, успешно конкурирующая с другими финансовыми организациями.

В рамках цифровой трансформации, в «СберБанке» произошло и продолжает происходить множество различных изменений, разберем один пример и посмотрим, как с помощью искусственного интеллекта научились одобрять кредиты юридическим лицам всего лишь за 7 минут, вместо

нескольких недель. Предшествовала этому успеху серьезная проблема – скорость одобрения кредита юридическим лицам в «СберБанке» оставляла желать лучшего, несмотря на свою высочайшую потребность среди населения. Так, прежде чем кредит был одобрен, документы должны были пройти множество этапов: анализ, прохождение всех внутренних инстанций, все это занимало очень и очень много времени, в итоге, предприниматели получали ответ на заявку о кредите через несколько недель, а в современной экономике потеря такого количества времени считается критичной для успешного функционирования бизнеса. Разработчики «СберБанка» начали последовательно решать данную проблему, сначала была задача сделать так, чтобы, заполнив небольшую анкету и задав определенные приемлемые для себя параметры, корпоративный клиент смог достаточно быстро получить ответ о том, на каких условиях и в каком объеме, под какую процентную ставку ему может быть одобрено кредитное решение. Задача не самая сложная. А вот вторая задача, перевод в цифровой вид саму процедуру анализа документации юридического лица для принятия решения об одобрении или же отказе в кредите, была уже посложнее. Для её решения был создан робот-юрист, его задачами являются: распознавание сканов десятков юридических документов, каждый из которых уникален по своей структуре, объединение документов с учетом различных изменений, извлечение значимых фактов о юридическом лице, принятие решения одобрения или отклонения и запрос дополнительных документов. Основная трудность состоит в том, что юридически документы компании не имеют четкой регламентации, например, возьмем устав «ООО», каждый устав может быть составлен уникально и отличаться от устава другого ООО, в среднем, таких разных форматов для одного типа документов получается около двух тысяч, при этом, каждый человек сканирует устав по-разному и в разном качестве, но распознать интересующие данные только половина проблемы, далее нужно понять, как эти самые данные связаны с другими разделами документа. Робот-юрист должен уметь разбираться во всем этом хозяйстве за долю секунды, отбирая нужные банку данные, с точностью распознавания не менее 95%. «СберБанку» удалось успешно преодолеть все эти барьеры и ввести данную технологию в работу. На данный момент, с помощью нее, выдано уже более двух тысяч кредитов на сумму около тысячи миллиардов рублей.

Важно отметить, что с каждым днем на территории России создаются все новые и новые кейсы цифровой трансформации, несомненно, их количество будет только возрастать. Каждый из них достоин отдельного внимания и изучения с нашей стороны. Все они определяют международную конкурентоспособность, как отдельно взятых компаний, так и целой страны, успешно формирующей инфраструктуру и правовую среду для цифровизации экономики.

Библиографический список

1. Андрианова А.Ф., Оценка бизнеса в цифровой экономике: учебник / Ю.В. Андрианова, А.Ф. Глисин, А.А. Гусев [и др.]; под ред. М.А. Федотовой, О.В. Лосевой, Т.В. Тазихиной. — М.: КноРус, 2022. — 389 с.;
2. Гарнов, А.П., Инновации: пути Развития цифровой экономики и финансовых рынков: монография / А.П. Гарнов. — М.: Русайнс, 2022. - 116 с.
3. Гладилина, И.П., Цифровые тенденции и инновации в кадровом обеспечении цифровой экономики: сборник статей / И.П. Гладилина. — М.: Русайнс, 2022. — 114 с.;
4. Губанова Е.В., Орловцева О.М., Рябая Ю.А. Дистанционное обучение как инновация в образовательных технологиях // Калужский экономический вестник. 2021. № 2. С. 46-51.
5. Губанова, Е. В. Особенности развития российского бизнеса в условиях цифровой экономики / Е. В. Губанова, М. А. Демичева // Калужский экономический вестник. - 2018. - № 2. - С. 17-23.
6. Гумерова, Г.И., Управление инновационными преобразованиями в условиях цифровой трансформации бизнеса: учебное пособие / Г.И. Гумерова, Э.Ш. Шаймиева. — М.: КноРус, 2022. — 242 с.
7. Морозов, М.М., Цифровая трансформация сервисной экономики: монография / М.М. Морозов. — М.: Русайнс, 2022. — 99 с.;
8. Носова, С.С., Цифровая экономика: учебник / С.С. Носова, А.В. Путилов, А.Н. Норкина. — М.: КноРус, 2022. — 303 с.
9. РБК.Тренды. Цифровая трансформация. [Электронный ресурс]. — URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5d695a969a79476ed81148ef> (19.04.2022).

УДК 368

ЦИФРОВОЕ СТРАХОВАНИЕ: ПРЕИМУЩЕСТВА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Короткова В.И. бакалавр 3-го курса

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

Аннотация. В данной статье рассматривается цифровизация страховой отрасли, а именно приведены основные понятия, преимущества и направления digital-страхования. Также проанализированы данные опросов, проводимых как среди страховщиков, так и среди страхователей. Помимо перечисленного, в текущей статье исследуются перспективы развития цифрового страхования в России и в мире.

Ключевые слова: цифровое, технологии, digital, цифровизация, страхование, нейросети

DIGITAL INSURANCE: ADVANTAGES AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

Korotkova V.I. Bachelor of the 3rd year

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

Annotation. This article discusses the digitalization of the insurance industry, namely, the basic concepts, advantages and directions of digital insurance are given. The data of surveys conducted among both insurers and policyholders are also analyzed. In addition to the above, the current article examines the prospects for the development of digital insurance in Russia and in the world.

Keywords: digital, technologies, digital, digitalization, insurance, neural networks

В настоящее время все большее количество страховых компаний переходят на цифровое обслуживание. Цифровое страхование – это достаточно новое понятие, и, не смотря на консервативность страховой отрасли, современные технологии проникают и туда, и более того уже становятся неотъемлемой частью.

Что же подразумевает под собой цифровое страхование? Цифровое, или как его еще называют digital-страхование, подразумевает под собой, как упоминалось выше, использование цифровых технологий. Но в чем же преимущество данного новшества в страховой деятельности? Для ответа на данный вопрос необходимо рассмотреть, как именно проявляется цифровизация в страховании, а также выявить преимущества данного процесса и, соответственно, проанализировать их.

Первые страховые организации, позволяющие взаимодействовать с клиентами на расстоянии, то есть в режиме онлайн, начали появляться в 2017 году. «Манго Страхование» стала одной из таких компаний. «Полностью онлайн, без офисов и агентов — всё решаем в чате или по телефону» - вот лозунг компании [3]. Данная позиция весьма привлекает потенциальных и постоянных клиентов своим удобством и мобильностью.

По данным Всероссийского союза страховщиков и AC&M более 40% жителей России пользуются цифровыми услугами в страховании. Также следует заметить, что на полностью цифровое страхование готовы перейти около 25% россиян, а также свыше 60% хотели бы взаимодействовать со страховыми компаниями исключительно с применением цифровых технологий.

Иными словами, Россия находится в активной стадии развития в сфере цифровых услуг по страхованию. Так, заместитель генерального директора по развитию бизнеса Сорокина Ольга свидетельствует о том, что российские страховые компании по цифровизации страховых услуг опережают Европейские страны. В исследованиях Восточного экономического форума было представлено, что Россия занимает 27 место в рейтинге стран по уровню цифровизации (рис 1).

В числе всего прочего, как я полагаю, не стоит забывать про весомый вклад в развитие цифровизации в период пандемии короновиральной инфекции COVID-19. Ведь именно в этот период цифровые технологии вошли в жизнь каждого человека, начиная от школьников и заканчивая пожилыми людьми. Так и отрасль страхования не осталась без новшеств. Таким образом, начиная с 2020 года, большинство страховых компаний

полностью или частично перешло на удаленный формат. Первый заместитель генерального директора компании «Ингосстрах» Иван Матвеев подчеркивает: «Пандемия закрепила понимание в бизнес-сообществе, что цифровым и платформенным технологиям в бизнесе обязательно надо быть» [5].

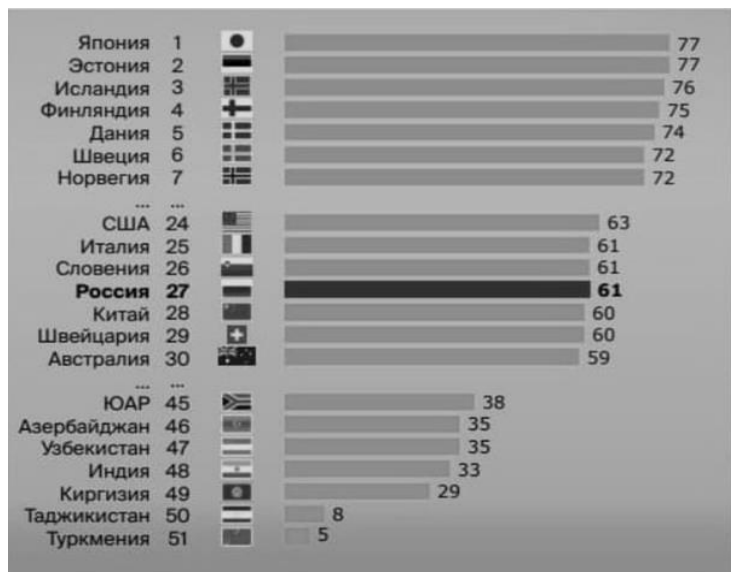


Рисунок 1. Рейтинг стран по уровню цифровизации в 2021 г [6]

Благодаря digital-технологиям возможности сотрудников страховых организаций значительно расширяются. Так, например, упрощается не только взаимодействие со страховыми агентами и регуляторами, но также и появляется возможность урегулирования убытков со страхователями. В том числе не стоит забывать и о более мобильном и быстром внесении договоров в базу данных, что, несомненно, значительно упрощает работу сотрудников страховых компаний. Для примера можно рассмотреть компанию «АльфаСтрахование», которая роботизирует большинство рутинных процессов, включая аналитические работы и работы с отчетностью. Так, данной компании за предыдущий 2021 год удалось, благодаря цифровизации процессов, сократить срок и стоимость обработки страховых полисов на 15%. Я считаю, что данные введения помогают в большей мере если не освободить совсем, то хотя бы облегчить работу сотрудников, и, как следствие, появляется возможность направить человеческие ресурсы на более важные стратегические задачи.

При помощи платформы бизнес-аналитики Qlik Sense сотрудники «Росгосстраха» имеют возможность получать актуальную отчетность в

любой момент времени. Еще совсем недавно пользоваться отчетностью мог исключительно узкий круг лиц, которым приходилось «заказывать» данную отчетность. Но уже в 2021 году такую возможность имеют 90% сотрудников розничных продаж, среди которых руководители страховых агентств и менеджеры агентских групп. Данная модификация оказывает положительное влияние на выполнение поставленных компанией целей, а также на управление продажами. В числе прочего возросла и скорость доставки отчетности, что также вносит неоценимый вклад в развитие страховых компаний, ведь теперь им не нужно ждать по несколько недель.

Несомненно, глобализация данных процессов касается и клиентов страховых услуг. Это проявляется в расширении способов заключения страховых договоров, оплате страховых продуктов, оптимизации процесса их продажи. Директор по ИТ-трансформации компании «Ингосстрах» Виктор Федосов утверждает, что за моментальное онлайн-оформление страховых договоров некоторые клиенты, особенно молодые, готовы даже переплатить около 10-20%. Но необходимо обратить внимание, что digital-страхование – более широкое понятие, чем просто онлайн-продажи. Например, для клиента страховых услуг гораздо предпочтительнее в несколько кликов оформить обращение в страховую компанию после ДТП и потом следить через приложение за ходом регулирования, чем просто оформить на сайте страховой полис. [2]. Таким образом, одним из наиболее важных результатов цифрового страхования является онлайн-регулирование.

В процессе коммуникации с клиентами также не обошлось без современных технологий. Например, набирающие популярность голосовые помощники и чат-боты. Так, Денис Баранов, консультант ИТ-компании DataArt, отмечает, что при запуске чат-ботов каждый второй клиент предпочитал общение с живым сотрудником компании, но буквально через год это число значительно снизилось. Сегодня некоторые клиенты даже не отличают по общению робота от человека [4].

Кроме всего вышеперечисленного, еще одним направлением внедрения информационных технологий является применение нейросетей, или как их еще называют – искусственного интеллекта. Нейросети в страховании применяются для:

- оптимизации оценки и моделирования рисков;
- выявления и минимизации мошенничества;
- анализ тарифов и их индивидуализации для каждого клиента;
- андеррайтинга и др.

По данным международной консалтинговой компании McKinsey, активное использование искусственного интеллекта в страховых компаниях способствует не только увеличению производительности страховых процессов, но также и сокращению операционных расходов к 2030 году до 40% [5].

Подводя итог вышесказанному, можно выделить следующие основные преимущества цифровизации страховой отрасли:

- облегчение работы с различными документами;
- удаленное и быстрое оформление страховых договоров;
- сокращение сроков ожидания страховых выплат;
- удобная коммуникация с клиентами из различных точек в режиме онлайн и многое другое.

В целом страховая отрасль имеет весьма оптимистичные прогнозы. Согласно расчетным данным компании Accenture, мировой рынок страхования в 2020-2025 годах вырастет на 1,4 трл. долл, в том числе за счет использования цифровых технологий. Также данная компания сообщает, что к 2025 году благодаря цифровым продуктам и услугам, базирующихся на цифровых технологиях, доход страховых компаний может достигнуть около 200 млрд. долл. [5].

Библиографический список

1. Официальный сайт Банка России [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cbr.ru/> (дата обращения: 20.02.2022)
2. Вкальвают роботы: как пандемия и цифровизация меняют страхование? [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://finance.rambler.ru/markets/45401053/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (дата обращения: 20.02.2022)
3. Степанова Любовь Будущее за технологиями: что такое диджитал-страхование [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://daily.mango.rocks/digital-strahovanie/> (дата обращения: 22.02.2022)
4. Сусякова О.Н. Роль страхования в противодействии последствий пандемии//Калужский экономический вестник. 2021. №1. С.16-19
5. Холякво Анна Полис будущего: как технологии меняют страховой бизнес [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/partnerskie-materialy/433077-polis-budushchego-kak-tehnologii-menyayut-strahovoy-biznes> (дата обращения: 22.02.2022)
6. РИА Новости: Официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ria.ru/> (дата обращения: 22.02.2022)

УДК 316.6

ПРОБЛЕМЫ ВОСПРИЯТИЯ ЦИФРОВОГО РУБЛЯ КАК АКТУАЛЬНОЙ ПОТРЕБНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

Кошелева Н.Ю., бакалавр 1-го курса

Научный руководитель: Моисеева И.Г., к. психол. н.

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье рассматривается проблема восприятия цифрового рубля как актуальной потребности населения в изменяющейся системе денежного обращения. Автором обобщаются основные положения концепции цифрового рубля и раскрываются проблемные аспекты его введения с точки зрения актуальных по-

требностей населения. Автор представляет преимущества и риски введения цифрового рубля в рамках дискуссии между обществом и государством.

Ключевые слова: система денежного обращения, цифровые технологии, деньги, концепция цифрового рубля, цифровой рубль, финансовая грамотность, цифровая грамотность.

ON PROBLEMS OF PERCEPTION OF THE DIGITAL RUBLE AS AN URGENT NEED OF THE POPULATION

Kosheleva N. Yu., bachelor's degree of the 1st year

Supervisor: Moiseeva I.G., Candidate of Psychology

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The article deals with the problem of perception of the digital ruble as an urgent need of the population in a changing system of monetary circulation. The author summarizes the main provisions of the concept of the digital ruble and reveals the problematic aspects of its introduction from the point of view of the actual needs of the population. The author presents the advantages and risks of introducing the digital ruble in the framework of a discussion between society and the state.

Keywords: money circulation system, digital technologies, money, digital ruble concept, digital ruble, financial literacy, digital literacy.

В условиях развития инноваций и активного внедрения цифровых технологий в финансовую сферу изменяются и актуальные потребности населения в системе денежного обращения. Эти потребности связаны с тем, что расширяется применение безналичных денежных средств и технологий оплаты товаров с помощью них, реализация платежей, переводов, валютных расчетов. Не только банки, предприятия и государственные органы, но и простые граждане или представители бизнеса заинтересованы в увеличении скорости операций, простоте использования цифровых технологий и при этом защищенности своих денежных средств. Одним из наиболее целесообразных способов решения этой проблемы стало появление цифрового рубля. Сегодня Банком России осуществляется внедрение цифрового рубля посредством проекта «Цифровой рубль».

Следует отметить, что появление и реализация проекта Банка России «Цифровой рубль» имеет свои предпосылки еще с 2010-х гг., когда цифровые валюты центральных банков являлись трендами в экономике зарубежных стран. К 2020 году развитие цифровой валюты стало трендом всей международной экономики, что неизбежно и в нашей стране. В октябре 2020 года Банк России опубликовал доклад для общественных консультаций «Цифровой рубль», что стало первым этапом введения цифрового рубля. В 2021 году были реализованы два следующих важнейших этапа: как с точки зрения методологического аспекта – публикация концепции цифрового рубля, содержащей его цифровую модель, так и с точки зрения инструментального аспекта – создание платформы цифрового рубля. В

2022 году произойдет разработка проектов изменений в законодательство Российской Федерации и запуск тестирования этой платформы.

Согласно концепции цифрового рубля Банка России, цифровой рубль – это цифровая форма российской национальной валюты, обладающая всеми свойствами денег. Цифровой рубль представляет собой дополнительную форму денег, готовую к обращению наряду с наличными и безналичными рублями. Другими словами, цифровой рубль – это цифровая валюта российского центрального банка (ЦФЦБ) [1]. Согласно отчету Центра исследований финансовых технологий и цифровой экономики СКОЛКОВО-РЕШ «Цифровые валюты центральных банков: типология, дизайн и российская специфика», к компонентам цифрового рубля, как и любой цифровой валюте центрального банка, относят: 1) форму денег (имеет существенный потенциал стать формой денег ввиду ценности, заложенной в денежную единицу); 2) продукты (в сфере финансовых услуг наиболее плотно покрывает проблемы клиентов в части депозитов и кредитования); 3) инфраструктуру финансового рынка (предполагает применение инновационных финансовых технологий) [4].

Проблема восприятия цифрового рубля как актуальной потребности населения отчасти отражена в обратной связи 196 респондентов, представленной в ответ на публичный доклад для общественных консультаций Банка России [1]. Распределение ответов респондентов о необходимости введения цифрового рубля представлено на рисунке 1.



Рисунок 1. Распределение ответов респондентов о необходимости введения цифрового рубля

Как показано на рисунке 1, большая часть из респондентов – 75 % указали на то, что цифровой рубль целесообразно внедрять в настоящее время, указывая на повышение доступности безналичных платежей, обеспечение конкуренции на финансовом рынке, гарантию сохранности де-

нежных средств. Меньшая часть – 9 % дали ответ о целесообразности введения цифрового рубля на последующих этапах, поскольку еще только необходимо обеспечить высокую скорость транзакций, их безопасность, а также высокую степень защиты от мошенничества (например, телефонного мошенничества [3]). Относительно небольшая часть респондентов – 16 % сказали о нецелесообразности введения цифрового рубля, поскольку не нашли в нем преимуществ перед уже существующей системой безналичных расчетов.

Несколько иные результаты были получены в опросе, проведенном на выборке 1,6 тыс. человек в 70 регионах страны Центром исследований финансовых технологий и цифровой экономики СКОЛКОВО-РЕИШ в 2021 году [4]. Распределение ответов респондентов о намерении пользоваться цифровым рублем представлено на рисунке 2.

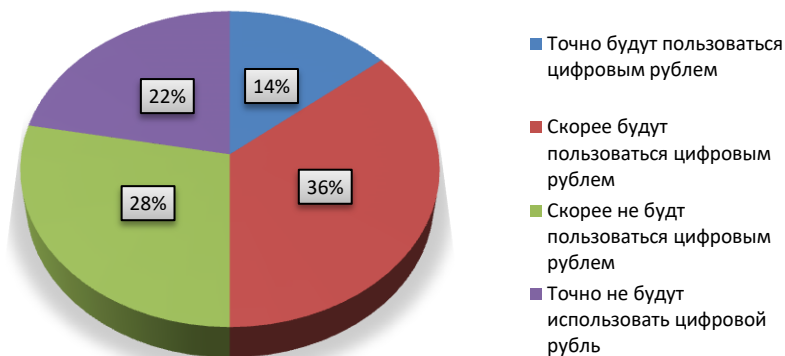


Рисунок 2. Распределение ответов респондентов о намерении пользоваться цифровым рублем

Как показано на рисунке 2, только 14 % опрошенных ответили, что намерены пользоваться цифровым рублем, еще 36 % указали, что скорее также воспользуются цифровым рублем, 22 % опрошенных отказались использовать цифровой рубль, а 28 % - скорее не будут пользоваться им. Таким образом, согласно данному опросу, только 50 % опрошенных указали на потребность использования цифрового рубля.

При сравнении показателей получается, что потребность в цифровом рубле актуальна для 84 % респондентов Банка России, профессионально оценивающих концепцию цифрового рубля, и только 50 % обычных граждан, представителей бизнеса. Эти данные определили необходимость сравнения преимуществ и рисков применения цифрового рубля для раз-

личных категорий субъектов финансового риска [3]. Рассмотрим преимущества и риски использования цифрового рубля в табл. 1.

Таблица 1. Преимущества и риски использования цифрового рубля

Преимущества и риски цифрового рубля	Применение цифрового рубля для:		
	Граждан	Бизнеса	Государства
Преимущества	1) оперативное пополнение своих средств в цифровом рубле; 2) перевод цифрового рубля другим гражданам; 3) осуществление платежей в цифровом рубле, оплата сделок с финансовыми инструментами и цифровыми финансовыми активами; 4) конвертирование средств из цифрового рубля в наличные деньги и безналичные счета в банках, а также обратно; 5) обращение к кошельку с цифровыми рублями без посредников;	1) обеспечение автоматическим исполнением платежей; 2) дополнительный вариант безналичных расчетов; 3) расширение системы принятия платежей от граждан при помощи бесконтактной системы с использованием терминалов или QR-кодов. 4) автоматизация контроля и проведения расчетов по заключенным договорам и сделкам на финансовых рынках с помощью смарт-контрактов;	1) контроль за расходованием целевых бюджетных средств, поступления налоговых платежей; 2) снижение издержек на администрирование бюджетных платежей; 3) снижение расходов государства на выпуск наличных денежных средств; 4) усиление мер против отмывания денег и финансирования терроризма; 5) финансовый потенциал для повышения эффективности проведения трансграничных платежей и расчетов;
Риски	1) потеря контроля над базой персональных данных; 2) регулирование, избыточность, жестокость ограничений.	1) потери на комиссиях при платежах при приеме онлайн-оплаты, при конвертации из безналичных денег в наличные; 2) создание угрозы стабильности финансовой системы.	1) риски адаптивности (способности национальной валюты смягчать деформации в экономике).

Как показано в таблице 1, анализ преимуществ цифровой валюты позволяет выделить положительное значение для граждан, заключающееся в возможности оперативно пополнять свои денежные средства в цифровом рубле на банковском счету, карте; переводе другим гражданам и осуществлении платежей в цифровом рубле в пользу организаций и государства; простом конвертировании средств из цифрового рубля в наличные

деньги и безналичные счета в банках; беспрепятственном обращении к кошельку с цифровыми рублями без привязки к конкретному финансовому посреднику.

К преимуществам использования цифрового рубля в бизнес-процессах на первый план выходит обеспечение автоматическим исполнением платежей при достижении заранее определенных условий; использование цифрового рубля как дополнительного варианта безналичных расчетов с государством, контрагентами, финансовыми организациями, работниками; расширение системы принятия платежей от граждан при помощи бесконтактной системы с использованием терминалов или QR-кодов; автоматизация контроля и проведения расчетов по заключенным договорам и сделкам на финансовых рынках с помощью смарт-контрактов.

Для государства выделены преимущества, заключающиеся в контроле за расходованием целевых бюджетных средств и поступления налоговых платежей; снижении издержек на администрирование бюджетных платежей и расходов государства на выпуск наличных денежных средств; усилении мер против финансирования терроризма; активизации финансового потенциала для повышения эффективности проведения трансграничных платежей и расчетов.

Однако при введении цифрового рубля существуют и очевидные риски. Граждане опасаются потери контроля над базой персональных данных; сверхрегулирования, избыточности и жесткости ограничений. Для бизнеса – это потери на комиссиях за платежи при приеме онлайн-оплаты, при конвертации из безналичных денег в наличные; создание угрозы стабильности финансовой системы. Для государства риском является адаптивность как способность национальной валюты смягчать деформации в экономике.

Таким образом, нами совершена попытка раскрыть проблему разработки инструментов эффективного использования цифрового рубля и его положительного влияния на экономику страны, в том числе, изменения его восприятия населением.

Библиографический список

1. Концепция цифрового рубля // Цифровой рубль: доклад Банка России для общественных консультаций. – Москва, 2020. – 48 с.
2. Ларина О.И., Акимов О.М. Цифровые деньги на современном этапе: ключевые риски и направления развития // Финансы: теория и практика. – 2020. – Т.24., № 4. – С.18-30.
3. Моисеева И.Г. Психологические аспекты противодействия телефонному мошенничеству // Калужский экономический вестник. – 2022. – № 1. – С. 70-73.
4. Цифровые валюты центральных банков: типология, дизайн и российская специфика: отчет Центра исследований финансовых технологий и цифровой экономики СКОЛКОВО-РЕШ. – Москва, 2021. – 85 с.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СТРАХОВАНИЯ В МИРЕ*Курбанова С.И. бакалавр 3-го курса**Научный руководитель: Суслякова О.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В данной статье анализируется значимость страхового рынка в современных условиях, а именно, в условиях пандемии коронавирусной инфекции. Также в статье показана прогнозная динамика страхования во всем мире на 2022 год, выявлены новые тенденции развития данной отрасли. А также рассмотрено влияние нововведенных санкций против РФ на российский страховой рынок.

Ключевые слова: страхование, коронавирусная инфекция, мировой рынок страхования, цифровизация страхования, санкции.

FEATURES OF INSURANCE DEVELOPMENT IN THE WORLD*Kurbanova S.I. 3rd year bachelor**Scientific adviser: Suslyakova O.N., Ph.D., associate professor
Kaluga branch of the Financial University, Kaluga*

Annotation. This article analyzes the importance of the insurance market in modern conditions, namely, in the context of the coronavirus pandemic. The article also shows the forecast dynamics of insurance around the world for 2022, new trends in the development of this industry are identified. And also considered the impact of the newly introduced sanctions against the Russian Federation on the Russian insurance market.

Key words: insurance, coronavirus infection, global insurance market, digitalization of insurance, sanctions.

В конце 2019 года коронавирусная инфекция, некогда начавшаяся в Китае, распространилась по всему миру. А в марте следующего года Всемирная организация здравоохранения объявила инфекцию пандемией коронавируса COVID-19.

Мировая экономика столкнулась с серьезной проблемой и понесла сильные убытки, которые стали следствием нарушенных поставок, закрытых границ, перехода на дистанционный формат обучения и работы и многое другое. В результате чего страховые компании столкнулись с колоссальным потоком претензий как от физических лиц, так и от различных организаций и ИП [1].

Особенно в период пандемии роль страховых компаний во всем мире сложно переоценить. Например, люди, которые остались без работы, путешественники, у которых сорвались поездки, а также различные компании и организации, вынужденно прекратившие поставки своих услуг – все они и многие другие нуждаются в защите, в том числе в страховании.

В такое непростое для всего мира время страховые компании для многих являются «спасательным кругом», поэтому рассмотрение роли мирового страхования за период 2020-2022 гг является достаточно актуальным вопросом.

На сегодняшний день рынок страхования имеет положительную тенденцию. По данным Swiss Re Institute, к концу 2022 года прогнозируется рекордный рост страховых премий, который составит 7 триллионов долларов.

Анализируя мировой рынок страхования следует обратиться к отчету о глобальном рынке страхования World insurance: the recovery gains pace, опубликованному Swiss Re Institute. В данном отчете можно увидеть наиболее важные показатели макроэкономики, объемы страховых премий по разным странам и плотность страхования. Поэтому данный отчет является хорошей базой для дальнейшего анализа роли страхования в мире.

Также следует отметить, что весомое влияние на страховой рынок оказывают такие немаловажные факторы как инфляция и цифровизация. Вследствие пандемии COVID-19 значительно увеличилась доля осведомленных клиентов, что стало кардинальной возможностью для страховщиков расширить свой бизнес. Так, в 2020 году благодаря осведомленности клиентов о значимости медицинского страхования и иных продуктов защитного типа, страховые премии по здоровью и защите увеличились на 1,9% и 1,7% соответственно.

На восстановление экономики оказали сильное влияние бюджетные стимулы, которые включают в себя небывалые трансферты организациям и ИП, и введение вакцины и ее дальнейшее совершенствование. Спрос на страхование растет, и на 2022 год аналитики прогнозируют рост страховых премий на 3,9% выше тренда.

На рис. 1 можно наглядно увидеть, как растут страховые премии в реальном выражении в 2020 и 2021-2022 годах во всем мире.

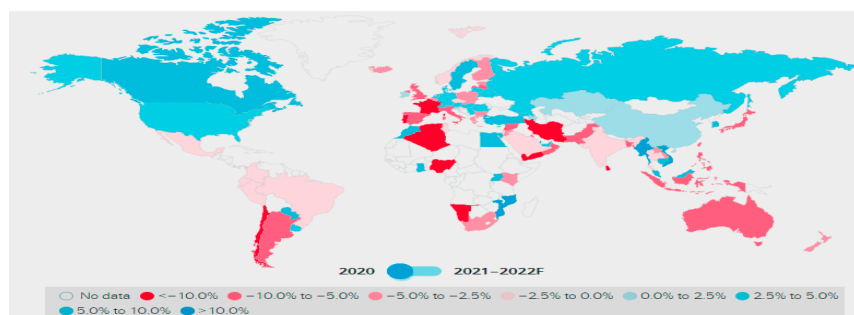


Рисунок 1. Рост страховых премий в мире в реальном выражении в 2020-2022 гг.

Анализируя данные отчета также можно сделать вывод о том, что в 2022 году общие объемы страховых премий увеличатся примерно на 10% в сравнении с допандемийными значениями. Скорее всего, это связано с

ужесточением страховых тарифов, а также увеличением количества осведомленных о рисках участников страхования.

Экономический рост, который ожидается в 2021 и 2022 годах, приближается к материализации, и это является основным фактор для роста страховых премий по всему миру. Лидером по росту страховых премий и в целом по экономическому подъему остается Китай, который является хо-рошим рынком для наблюдения.

Отдельно рассмотрим факторы, которые способствуют и препятству-ют развитию страхования во всем мире. Представим данные факторы на рисунке 2.

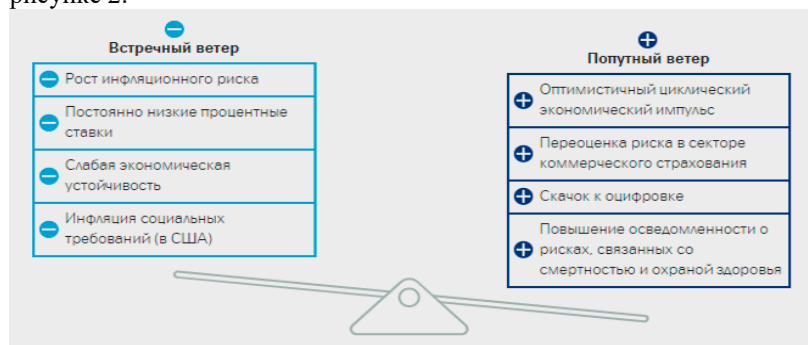


Рисунок 2. Факторы, способствующие и препятствующие развитию рынка страхования

Важно, что положительных факторов больше, чем негативных, что обеспечивает позитивный прогноз для развития страхового рынка.

Следует заметить, что восстановление во всем мире может быть беспорядочным, так как многое все так же зависит от способности вакцин держать пандемию под контролем, а также от нынешней экономико-политической ситуации. Помимо этого, для страховых компаний, которые не связаны со страхованием жизни, еще одним важным риском в среднесрочной перспективе является рост инфляции.

Однако в целом страховая отрасль имеет положительную тенденцию. Пандемия закрепила сдвиги парадигм, поддерживающие долгосрочную перспективу. Среди основных можно выделить цифровизацию страхования, то есть рост спроса выполнения операций онлайн, и рост осведомленности о рисках, которые способствуют большему спросу как для клиентов, так и для самих страховых компаний. Очень важно, чтобы страховые компании предлагали цифровое обеспечение во всех точках соприкосновения, поскольку они конкурируют с новыми выходящими на рынки страхования нетрадиционными игроками.

Помимо Китая в топ-20 стран по глобальному объему страховых вошли также Соединенные Штаты Америки и Япония. На эти крупнейшие

страховые рынки пришлось около 58% от всего мирового рынка. Следует заметить, что в 2019 году их доля составляла 56% [2].

Однако, следует отметить, что темпы роста страхового рынка России сократятся в 2 раза по сравнению с предыдущим годом. Такие выводы были сделаны исходя из прогноза рейтингового агентства «Эксперт РА». Страховой рынок увеличится на 7–9%, а страховые сборы вырастут до 1,95 трлн руб. Несмотря на то, что страховой рынок замедлится в 2 раза, объем сборов превзойдет уровень 2021 г. почти на 150 млрд руб. Также немаловажное воздействие на динамику страхового рынка России окажет ключевая ставка, которую ЦБ 28 февраля повысил сразу до 20%. Несомненно рост ключевой будет давить на все отрасли рынка страхования. Однако рейтинговое агентство «Эксперт РА» не ожидает сокращения ни по одному из отраслей страхового рынка.

Драйвером мирового страхового рынка, как и в России, так же останется страхование жизни. Так например, в России страховые премии увеличатся примерно на 13% до 592 млрд руб. по сравнению с 2021 г. (524 млрд руб.). По сравнению с 2021 г. темпы роста страхования жизни замедлятся в 1,5–1,8 раза.

В общем и целом, можно сделать вывод о достаточно значимой роли страхования не только в России, но и во всем мире. Особо остро потребность в страховании у жителей земного шара появилось во время пандемии, в связи с чем произошло значительное увеличение страховых премий. Также следует обратить внимание, что благодаря спросу на страховые услуги, увеличивается качество и самого страхового обслуживания, применяются современные технологии и так далее.

Однако последние санкции, введенные США и ЕС в ответ на операцию России по освобождению Украины от нацизма, напрямую коснулись и страхового рынка, что внесет свои коррективы в темпы и направления развития страхования и в нашей стране, и за рубежом. Так, в частности, ограничения коснулись страхования и перестрахования в автомобильной, авиационной и космической отраслях. Итальянский страховщик Eignor Assistance планирует уйти из России, Великобритания закрывает для российских компаний лондонский рынок страхования и т.д. [5].

Тем не менее, Центральный Банк РФ и ВСС (Всероссийский союз страховщиков) активно разрабатывают меры по поддержке страховой отрасли, а ведущие страховщики сообщают, что критических последствий для их деятельности нет.

Как скажется разрыв отношений с нашей страной на мировой страховой рынок, покажет время, но практика свидетельствует, что скоростные решения в угоду политическим амбициям всегда наносят ущерб бизнесу. А для нашей страны это еще один шанс сконцентрироваться на национальных интересах, развивая отечественный рынок страхования, используя все современные технологии и наработки. Все это, рано или

поздно, позволит России вернуться на мировой рынок страхования и занять более весомую долю и в объеме премий, и в объеме предоставляемых страховых услуг.

Библиографический список

1. Страховой рынок и пандемия. От silent covid risk до развития иншуртех (Электронный ресурс) – Режим доступа – URL - <https://plusworld.ru/journal/2020/plus-5-2020/strahovoj-rynok-i-pandemiya-ot-silent-covid-risk-do-razvitiya-inshurteha/>
2. Сусякова О.Н. Роль государства в развитии автострахования в Российской Федерации//Калужский экономический вестник. 2020. №2. С.20-23
3. Сусякова О.Н. Роль страхования в противодействии последствий пандемии//Калужский экономический вестник. 2021. №1. С.16-19
4. Рейтинг крупнейших страховых рынков мира. На долю США, Китая и Японии приходится 58% премий (Электронный ресурс) – Режим доступа – URL - <https://forinsurer.com/news/21/07/14/40017>
5. Новости рынка страхования за 24 часа (Электронный ресурс) – Режим доступа – URL - <https://calmins.com/novosti-o-rynke-strahovaniya-za-24-chasa-03-03-2022-goda/>

УДК 368

КОСМИЧЕСКОЕ СТРАХОВАНИЕ

Куричева М.Ю., бакалавр 3-го курса

Научный руководитель: Сусякова О.Н., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация: В работе представлена характеристика и анализ космического страхования как одного из самых сложных и дорогих видов страхования, дана краткая историческая справка появления в мире и в Российской Федерации, а также особенности его реализации в настоящее время.

Ключевые слова: космическое страхование, космическая деятельность, космические риски.

SPACE INSURANCE

Kuricheva M.Y., bachelor of the 3rd year

Supervisor: Suslyakova O.N., Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract: The paper presents the characteristics and analysis of space insurance as one of the most complex and expensive types of insurance, gives a brief historical background of its appearance in the world and in the Russian Federation, as well as the features of its implementation at the present time.

Keywords: space insurance, space activity, space risks.

Говоря о космическом страховании, необходимо начать с понятия «космическая деятельность». Родившаяся после Второй мировой войны, космическая деятельность является продуктом холодной войны. Первые

исследовательские испытания пятидесятих и шестидесятих годов двадцатого века проходили в рамках гонки за покорение космоса двумя сверхдержавами того времени (ими являлись СССР и США). С 1970 года космос стал коммерческим интересом с появлением новых технологий.

Если углубляться в историю, можно выделить очень важный момент – момент рождения космического страхования. Таковым стал запуск спутника Early Bird 6 апреля 1965 года. Затем в 1968 году серия спутников Intelsat 3 была застрахована на этапе первоначального запуска. Первая компенсация по претензии датируется 1977 годом в связи с уничтожением ракеты-носителя "Тор-Дельта" и потерей спутника OTSI. Потери в 1998 году, связанные с пропажей спутников на орбите, привели к снижению количества запущенных спутников и значительному влиянию на рынок космического страхования, а также на его ключевые заинтересованные стороны [2].

Впоследствии частные компании смогли получить доступ к зонам проектирования и запуска спутников. Кроме того, правовая база расширилась, включив в нее новых игроков в транспортной торговле с высокой добавленной стоимостью.

Космическая деятельность регулируется рядом национальных документов. Одним из наиболее важных является Договор по космосу от 27 января 1967 года. В нем предусматривается, что внеатмосферное освоение и использование космического пространства, включая Луну и другие небесные тела, должно осуществляться на благо всех стран, и подчеркивается, что космос не может подвергаться национальному присвоению. Также космическую деятельность регулируют другие международные правовые акты:

- Конвенция о международной ответственности от 29 марта 1972 года (за ущерб, причиненный космическими объектами);

- Конвенция 1975 года (о регистрации объектов, запускаемых во внеатмосферном пространстве) [3].

Для запуска космического проекта задействован ряд субъектов. Эти субъекты несут риски, которые являются уникальными для них. Таким образом, для различных этапов рисков, включая производство, хранение, транспортировку, запуск и спутниковые операции, существуют обязанности, определенные и конкретные для каждого субъекта. Эти обязанности связаны со страховыми решениями, которые в некоторых случаях были специально разработаны для этих конкретных рисков.

Рынок космического страхования является очень специализированным рынком, основными страхователями которого являются:

- пусковые установки и конструкторы спутников;
- спутниковые операторы;
- телекоммуникационные компании;
- телевизионные каналы;

— агентства по запуску космических объектов.

К этим промышленным предприятиям можно добавить поставщиков услуг и пользователей (космонавтов и наземный персонал) [2].

Развитие космического страхования совпало с приватизацией и коммерческим развитием деятельности по запуску и эксплуатации спутников. В целом можно сказать, что существует две основные категории космического страхования: страхование ущерба космическому имуществу и страхование ответственности.

Космическое страхование, на мой взгляд, может считаться отдельным «миром» в огромной «вселенной» страхования. С точки зрения страхования пусковых установок и спутников застрахованные объекты, риски с ними связанные и покрываемые суммы не могут сравниться ни с одним другим видом страхования. Стремясь контролировать чрезвычайно сложную и постоянно развивающуюся деятельность, специалистам в области космического страхования пришлось разрабатывать инновационные решения, так как у них нет типичных продуктов для такого рода деятельности, где каждая ситуация и каждая потеря имеют уникальный характер.

Окружающая среда спутников на орбите и их риски по-прежнему остаются неизвестными, поэтому страховщик приглашается для участия в операциях по запуску спутников. Обязательно нужно учитывать физическую невозможность доступа к застрахованному объекту в случае убытка, страховщик должен смириться с неопределенными причинами и случайными последствиями. В этой сфере доверие имеет важное значение для отношений с клиентом.

Чтобы иметь право на компенсацию, иск должен быть представлен на официальное расследование. Невозможность оценить потери физически приводит к возмещению только претензий, существенность которых характеризуется в сравнении со справочными данными. Страховые суммы обычно имеют размер от 150 до 400 миллионов долларов США.

Как уже было сказано, космическая деятельность характеризуется высокой степенью тяжести и вероятностью потерь. Космическое страхование требует использование страховой системы через два возможных процесса:

- Объединение нескольких страховщиков для разделения рисков по принципу сострахования и перестрахования;
- Взаимное объединение рисков путем сбора большого количества независимых рисков вокруг органа, в котором не понесший убытков член должен финансировать, в качестве компенсации, поврежденного члена объединения.

Традиционно в контексте страхования ущерба космическому имуществу необходимо учитывать три фазы риска: на земле, во время запуска и во время жизни на орбите. Для этих фаз риска страхователи, риски, гарантии и страховщики не будут одинаковыми. На земле спутники, а также

пусковые установки застрахованы на этапах сборки, интеграции, испытаний, транспортировки, а на стартовой площадке от рисков повреждения из-за внешних причин (падения, столкновения, пожар и т.д.) [3].

В дополнение к обычным рискам ущерба и ответственности космический проект подвергается ряду значительных нефизических рисков, таких как, например, политический и коммерческий риск.

Задержки запуска также можно оценить как риски. В таком случае страхователь желает обезопасить себя от финансовых последствий задержки запуска спутника.

Еще один риск, а точнее гарантия – гарантии испытаний и подготовки к запуску. Эта схема страхования покрывает потери или повреждения, понесенные спутником и/или пусковой установкой на этапах интеграции и испытаний. Прикрытие обычно распространяется на отход спутника и/или ракеты-носителя от места изготовления до стартовой площадки.

Также существует страхование имущества /строительства/ возведения заводов и стартовых площадок: эта страховка распространяется на производственные площадки, а также на стартовые площадки во время погрузочно-разгрузочных работ и наладочных работ [1].

К нефизическим рискам можно отнести и страхование жизни на орбите – один из самых близких к классическим способам страхования, однако и он имеет свои подвохи, так как нацелен не на жизнь человека, а на жизнь спутника. Страхование жизни на орбите дает гарантии спутнику в течение срока его эксплуатации. Эти контракты возобновляются после тщательного изучения состояния спутников.

Как правило, все компании, которые занимаются космическим страхованием, имеют для этого специализированное подразделение. В основном космическими рисками занимаются "ВТБ Страхование", "Согаз", "Ингосстрах", "Альфа Страхование", "Согласие", ВСК. Основное требование к таким компаниям - финансовая устойчивость организации. Должен быть необходимый набор финансовых и трудовых ресурсов, высокие рейтинговые показатели - то есть все то, что так или иначе характеризует надежность, финансовую устойчивость и профессионализм страховой компании.

Наиболее распространенным видом страхования в России является страхование гражданской ответственности перед третьими лицами. Такое страхование установлено законом "О космической деятельности", и для всех запусков, которые производятся с территории Российской Федерации, эта страховка должна быть обеспечена. Самым редким в данном случае считается страхование всех видов финансовых рисков при эксплуатации космической техники. Например, это страхование потери прибыли в случае поломки или выхода из строя космических аппаратов. Это экзотическое страхование, но иногда оно имеет место.

В России лидером рынка космического страхования является компания Megaruss. Самым большим риском, который он фактически покрывал,

был российский телекоммуникационный спутник Gals 12, застрахованный на сумму 10 млн. долларов США в 1995 году. С тех пор Megaguss является членом ассоциации космических страховщиков и пула космических страховщиков, составляющего общую вместимость 466 миллионов долларов США.

Космическое страхование регулируется, как и все классы страхования, общими принципами страхования: взаимность, случайность, возмещение, должный интеллект, правдивое и справедливое заявление о риске.

Космическое страхование имеет некоторые неотъемлемые черты, которые делают его уникальным: взаимность, которую трудно достичь, недоступность застрахованного актива, страхование несоблюдения спецификаций и различная правовая среда.

Пандемия COVID-19 привела к некоторым задержкам в запуске и производстве спутников — отчасти из-за ограничений на поездки и рабочую силу на месте — что привело к некоторым задержкам премиального дохода для страховщиков. До сих пор не было никаких наблюдаемых негативных последствий для условий андеррайтинга, предлагаемых страховщиками [5].

Прогнозируется, что к 2022 году глобальный рынок запуска спутников и космического страхования достигнет стоимости почти в 1,3 миллиарда долларов США, что обусловлено достижениями в области технологий и растущим спросом на малые искусственные спутники по всему миру.

В заключение можно подвести итог, что, хотя страховой рынок накопил многолетний и богатый опыт работы в других секторах, таких, как наземный, морской или воздушный транспорт, специфика космической деятельности включает в себя осуществление существенных адаптаций к традиционному страхованию или даже внедрение новых видов практики страхования.

Библиографический список

1. Князева Е. Г., Бойтуш О. А. Страхование: учебник. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2019. - 241 с.
2. Страхование космических рисков: Справочное пособие / Под ред. В.Б. Николаева и В.С. Шутова. М.: Русь-Фильм, 1997.
3. Сусякова О.Н. Роль страхования в противодействии последствий пандемии // Калужский экономический вестник. 2021. №1, с.16-19
4. Лешукова Е.В. Страхование космических рисков // Международный научный журнал "Инновационная наука" - 2019 - №4 - С. 138-139.
5. Словарь терминов по страхованию. Страховая терминология // Официальный сайт "РЕСО-гарантия" URL: <http://www.resowiki.ru/articles/dictionary-of-the-insurer/211/> (дата обращения: 01.05.2022).
6. Global Satellite Launch and Space Insurance Market 2018-2022 // www.technavio.com URL: <https://www.technavio.com/report/global-satellite-launch-and-space-insurance-market-analysis-share-2018> (дата обращения: 01.05.2022).

СТРАХОВАНИЕ БУДУЩЕГО*Несмеянова Т. П. бакалавр 3-го курса**Научный руководитель: Суслякова О.Н., к.э.н., доцент**Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. Цифровизация — общий тренд последних лет в большинстве отраслей экономики, в том числе в финансовом секторе. Многие финансовые организации трансформируются, следуя ожиданиям потребителя: перестраивают каналы привлечения клиентов и взаимодействия с ними, заменяют офисы онлайн-приложениями. У страховых компаний всегда была развитая агентская сеть продаж, но уже очевидно, что переход с очного формата коммуникаций на удаленный неизбежен и для этой отрасли.

Ключевые слова: страхование будущего, цифровизация, страховые продукты, искусственный интеллект, онлайн, телематика.

FUTURE INSURANCE*Nesmeyanova T. P. Bachelor of the 3rd year**Supervisor: Suslyakova O.N., Candidate of Economics, Associate Professor**Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. Digitalization is a general trend in recent years in most sectors of the economy, including the financial sector. Many financial organizations are transforming, following consumer expectations: they are rebuilding channels for attracting customers and interacting with them, replacing offices with online applications. Insurance companies have always had a well-developed agency sales network, but it is already obvious that the transition from face-to-face communication format to remote is inevitable for this industry as well.

Keywords: insurance of the future, digitalization, insurance products, artificial intelligence, online, telematics.

21 век – это век новых технологий, век компьютеров, смартфонов и роботов. Эти вещи намного облегчили жизнь людям, сделали ее удобнее и безопаснее. Современный темп жизни порой не оставляет нам время на отдых, не говоря уже о походах по магазинам за продуктами, в отделение банка или ЖКХ. С наступлением пандемии в 2020 году наша жизнь стала более ограничена, в то время как онлайн-сервисы «вдохнули жизнь». Люди стали заказывать продукты домой, оформлять и оплачивать все услуги онлайн, не выходя из дома, в один клик. Сейчас же, когда волна коронавируса стихла, онлайн-сервисы продолжают набирать обороты, они востребованы повсеместно, и мы уже не представляем жизни без них.

Люди 21 века привыкли решать большинство вопросов с помощью своего смартфона, что подтолкнуло рынок страхования к использованию IT-технологий. Многие страховые компании уже запустили свои предложения, где можно онлайн оформить страховой полис в любое удобное для вас время, но пока что это касается только страхования автомобилей (по-

лис ОСАГО или КАСКО). Для этого всего лишь нужно скачать мобильное приложение, ввести паспортные данные и заполнить анкету об автомобиле.

Но главное преимущество дистанционного страхования – больше не нужно договариваться со страховой компанией об осмотре машины, теперь это можно сделать по видео-звонку: вам звонит агент и по видео оценивает состояние машины. После этого остается оплатить полис и получить его в электронном виде: его можно открыть в приложении или в письме на электронной почте.

Прорывом в автостраховании стала телематика. Обычно стоимость страхования рассчитывается исходя из стажа водителя и его истории вождения. При такой схеме лихач с десятилетним опытом вождения, который чудом не попадался, купит каско дешевле, чем водитель, который два года ездит с разрешенной скоростью, но один раз неудачно задел чужое зеркало.

Телематика – это прибор, который устанавливают под капот автомобиля и с помощью набора датчиков измеряет скорость и силу торможения автомобиля. Эти данные сразу передаются в страховую компанию, и она рассчитывает какую скидку или надбавку предложить клиенту.

Раньше обработкой документов и решениями занимались люди, следствием чего был большой процент ошибок из-за человеческих факторов: усталость, невнимательность и т.д. Теперь же на смену людям пришли роботы, что позволяет обрабатывать информацию автоматически с минимальным процентом ошибок. Эта инновация позволяет сэкономить время клиентов и затраты страховых компаний.

Правда, искусственный интеллект не только развивает страхование, но и добавляет проблем. Пока совершенно неясно, как быть со страхованием беспилотных автомобилей. Калум Чейс, специалист по искусственному интеллекту, считает, что они могут разорить страховые, ведь беспилотники наездили уже миллионы миль, а ДТП, в которых их хозяев признали виновными, можно сосчитать по пальцам одной руки. С другой стороны, и в аварии беспилотники попадают гораздо реже, чем обычные автомобили.

Современные технологии уже захватили большинство сфер жизни, и автоматизация страхового процесса облегчит процесс выдачи полиса и помощи в страховых случаях, станет надежным помощником в страховой сфере.

Страховщик будущего – это компания, которого для повышения эффективности своей деятельности использует современные технологии и продает свои услуги и продукты онлайн. Благодаря такой стратегии, страховой рынок будет расти и развиваться, что повысит благосостояние страны. Однако теперь решением вопросов, связанных с оценкой ущерба, страховые компании предпочитают решать дистанционно. Поэтому на

смену страховых агентов приходят дроны, которые с помощью камер фиксируют состояние застрахованного объекта, что значительно сократит рабочие места.

Также одним из преимуществ страхования будущего является индивидуальный подход, который предполагает появление персонализированных страховых продуктов. Такой подход позволяет точнее оценивать риски, оптимизировать расходы компании и улучшать контакты с клиентами. Теперь страховые компании могут предоставить гибкую сетку тарифов и персональные предложения.

Индивидуализация в страховом деле – мировая тенденция. Сейчас с помощью полисов-конструкторов клиенты могут самостоятельно формировать для себя пакет услуг.

Главный вопрос на данный момент состоит в том, готовы ли клиенты страховых компаний пользоваться современными технологиями. Многие люди предпочитают живое общение, которое уже сокращается до минимума и становится редким.

Наконец, у некоторых людей нет возможности самостоятельно оформить страховой продукт онлайн, и для их оформлений им необходимо лично проконсультироваться с страховым агентом. Здесь проявляется другой тренд — неценовая конкуренция: компании борются за клиента не размером ставки, скидками и прочими бонусами, а качеством сервиса. Значение имиджа и деловой репутации еще никто не отменял.

Эксперты сходятся в том, что изменения в страховой компании будущего коснутся не только ее технического оснащения, но и способа коммуникаций и бизнес-модели. Постепенно изменится и статус клиента: из целевого массового потребителя он перейдет в категорию партнера, с которым необходимо выстраивать индивидуальные отношения.

Библиографический список

1. Архипов, А. П. Социальное страхование: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. П. Архипов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 301 с.
2. Мазаева, М. В. Страхование: учеб. пособие для вузов / М. В. Мазаева. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 136 с.
3. Испытание технологиями (Электронный ресурс) – Режим доступа - URL: <https://www.banki.ru/news/ columnists/>. (Дата обращения: 13.03.2022)
4. Сусякова О.Н. Роль государства в развитии автострахования в Российской Федерации//Калужский экономический вестник. 2020. №2. С.20-23
5. Сусякова О.Н. Роль страхования в противодействии последствий пандемии//Калужский экономический вестник. 2021. №1. С.16-19
6. Страхование на Сравни (Электронный ресурс) – Режим доступа - URL: <https://www.sravni.ru/osago/>. (Дата обращения: 13.03.2022)

ОБЛИГАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОНДОВОГО РЫНКА

Подгорная Е.Д. бакалавр 2-го курса

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

Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация. Облигация — это долговая ценная бумага, выпускаемая эмитентом, дающая возможность заработать больше, чем вклад или депозит. Она является современным видом ценных бумаг, выпускается государством и субъектами экономики для привлечения дополнительных средств. В статье анализируется, как работают облигации, ключевые отличия от других ценных бумаг и с какими рисками может столкнуться владелец облигаций.

Ключевые слова: фондовый рынок, облигация, капитал организации, финансовые ресурсы, ценные бумаги, компания.

BONDS AS A FINANCIAL MARKET INSTRUMENT

Podgornaya E.D. bachelor's degree of the 2nd year

Supervisor: Kulakova N.N., Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. A bond is a debt security issued by an issuer that gives an opportunity to earn more than a deposit or a deposit. It is a modern type of securities issued by the state and economic entities to attract additional funds. In this article you will learn how bonds work, the key differences from other securities and what risks a bondholder may face.

Keywords: stock market, bond, enterprise capital, financial resources, securities, company.

Для успешного ведения бизнеса важно знать мировую экономическую повестку, уметь прогнозировать изменение и подстраиваться под изменения. Понимание траектории движения финансового рынка поможет каждому предпринимателю сформировать свою стратегию и принять наиболее разумные решения.

Роль финансового рынка - обеспечить приток финансовых ресурсов от тех секторов, где имеется избыток денежных средств в те сектора, которые испытают в них недостаток [3, с.28].

Привлечение заемных средств можно осуществить через механизм фондового рынка [6]. Так, предприятие производит эмиссию облигаций и продаёт их на рынке. Инвесторы, размещая свои финансовые ресурсы, покупают облигации.

Наиболее эффективным инструментом выступают облигации. На торгах Московской биржи представлены все виды долговых инструментов: государственные, региональные облигации и так же облигации корпоративных заёмщиков.

Цена облигаций может как расти, так и снижаться. На сегодняшний день почти все облигации выпускаются в электронном виде. В зависимо-

сти от международной обстановки, политики Центрального банка, изменений в самой фирме меняется ценообразование облигаций.

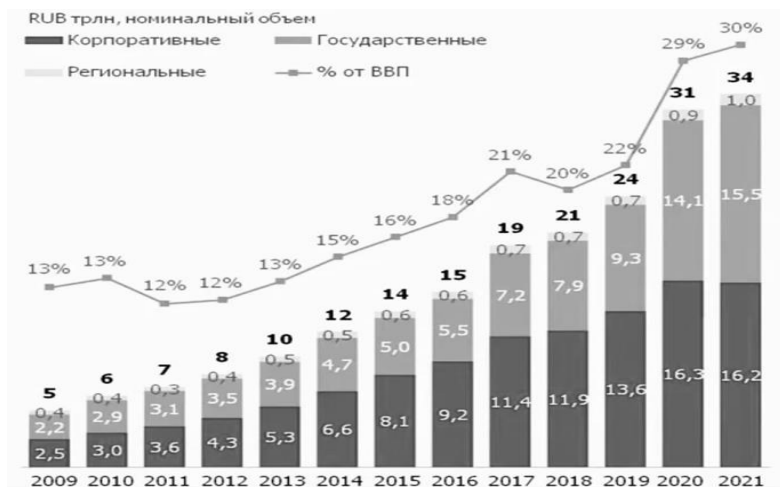


Рисунок 1. Рынок облигаций Московской биржи

При выборе облигаций всегда надо учитывать репутацию компании, её доходность [1]. В противном случае, если компания станет банкротом, держатель облигаций потеряет все свои денежные средства.

Структуры, которые могут выпускать облигации, следующие:

1. Государственные и муниципальные органы власти. Для решения определённых задач и финансирование местных проектов Гособлигации в РФ выпускает Министерство финансов.
2. Коммерческие компании. Привлекают дополнительные инвестиции.
3. Банковские учреждения. Надо учитывать, что банки используют разные уровни приоритета по погашению для инвестора. Если приоритет и качество обеспечения низкие, то риск для инвестора повышается.

По приобретённым облигациям доход инвестора складывается из купонного дохода и дисконтного дохода. Существует дополнительный заработок от облигаций – рост котировок. Каждая облигация имеет номинальную стоимость, которую эмитент возвращает по окончании. Рыночная цена облигаций меняется при повышении цены на неё, её можно выгодно продать, не дожидаясь срока погашения [8, с.130].

Доходы по облигациям облагаются НДФЛ в размере 13%, а именно:

1. купонный доход;
2. доход от реализации ценной бумаги.

Хоть облигации и акции являются ценными бумагами, есть существенная разница между ними.

Таблица 1. Различия между облигациями и акциями

<i>Характеристика</i>	<i>Акция</i>	<i>Облигация</i>
<i>Владелец</i>	Собственник	Кредитор
<i>Получение и величина прибыли</i>	Не гарантирована, не фиксирована	Гарантирована, фиксирована
<i>Степень доходности</i>	Потенциально-высокая	Низкая
<i>Участие в управлении</i>	Да (есть исключения)	Нет (есть исключения)
<i>Уровень риска</i>	Высокий	Низкий
<i>Срочность</i>	Без срока	Конкретный период
<i>Рыночная цена бумаги</i>	Зависит от результатов деятельности компании и ее перспектив	Определяется средней процентной ставкой на финансовом рынке
<i>Эмитент</i>	Акционерное общество	Государственные и муниципальные органы, частные компании

Инвестиции — это всегда риск. Можно выделить следующие риски:

1. Риск дефолта. Предприятие-эмитент может объявить себя банкротом, вследствие чего, не сможет сдерживать финансовых обещаний перед инвесторами. Но существует исключение – обеспеченные облигации.

2. Риск реструктуризации обязательств. Опасность изменения условий по бумагам.

3. Риск ликвидности. Возможность, что инвестор, ранее срока окончания облигаций, не сможет оперативно реализовать долговые расписки по справедливой стоимости.

4. Процентный риск. В большинстве случаев процентный риск зависит от ключевой ставки ЦБ.

Облигация является долговой ценной бумагой, закрепляющей право за её владельцем получение номинальной стоимости от эмитировавшего её субъекта экономики. Процент может выплачиваться от номинальной стоимости, или иметь какие-либо другие имущественные права. Можно выделить отличие облигаций от других ценных бумаг. Оно заключается в возможности определить заранее размер ожидаемого дохода от инвестиций [2, с.193].

К инструментам поддержки можно отнести инструменты, которые способствуют сокращению затрат на стороне эмитента, а именно: субсидирование затрат компании по выходу на биржу, субсидирование процентной ставки.

Таким образом, можно сделать вывод, что ценные бумаги, прежде всего, нужны для привлечения дополнительных денежных средств. Облигации, являясь ценной бумагой, дают такую возможность компании. Правильно организованное движение денежных средств между субъектами

экономики является основой экономики в государстве и сравнивается учеными с кровеносным обращением. Основой любого рынка является взаимоотношения, возникающие в процессе движения денежных средств.

Библиографический список:

1. Авдеева В.И., Кулакова Н.Н. Потребительское кредитование в России в современных экономических условиях // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 9-2. С. 5-11.
2. Алехин Б. И. Рынок ценных бумаг : учебник и практикум для академического бакалавриата / Б. И. Алехин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 497 с.
3. Анесянц, С. А. Основы функционирования рынка ценных бумаг / С.А. Анесянц. - М.: Финансы и статистика, 2020. - 144 с.
4. Белов В. А. Ценные бумаги в коммерческом обороте: курс лекций: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / В.А. Белов. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 306 с.
5. Гузнов А. Г. Публично-правовое регулирование финансового рынка в Российской Федерации: монография / А. Г. Гузнов, Т. Э. Рождественская. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 438 с.
6. Кулакова Н.Н. Использование искусственного интеллекта в деятельности кредитных организаций // В сборнике: Пути и методы адаптации экономики региона и предприятий в условиях пандемии и связанных с ней кризисных явлений. Сборник научных статей по материалам международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, студентов и практиков. Под редакцией В.А. Матчинова, О.Н. Сусляковой. Калуга, 2020. С. 789-797.
7. Соколов Ю.А. Рынок ценных бумаг: учебник для прикладного бакалавриата / Ю. А. Соколов. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 384 с.
8. Чеботарев, Ю. Торговые роботы на российском фондовом рынке / Ю. Чеботарев. - М.: SmartBook, 2021. - 160 с.

УДК 658.3.07

ЦИФРОВИЗАЦИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ФИНАНСОВ

Поличев В.С. бакалавр 2-го курса

Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация. В работе рассмотрено влияние совершенствования цифровых технологий на развитие финансового рынка. Рассмотрены риски цифровизации и совершенствование управления технологиями и безопасностью.

Ключевые слова: финансовый рынок, субъекты финансового рынка, цифровизация, финансовые технологии, цифровые технологии.

DIGITALIZATION IN RUSSIAN FINANCIAL MARKET

Polichev V. S. bachelor's degree of the 2nd year

Supervisor: O. I. Kostina, Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The impact of improving digital technologies on the development of the financial market. The risks of digitalization and the improvement of technology and security management are considered.

Keywords: financial market, financial market entities, digitalization, financial technologies, digital technologies.

В наше время цифровая экономика затрагивает практически каждого. Она за последние года стала популярна во всех развитых странах, в том числе в нашей. Началом всему этому было утверждение государственной программы «Цифровая экономика Российской Федерации».

Мировые тенденции и внешняя политика в целом побуждают и Россию повысить свою конкурентоспособность на глобальной арене, а также укрепить собственную безопасность. Большую роль в этом играет именно цифровизация экономики. На данный момент некоторые сегменты цифровой экономики уже довольно неплохо работают, например, тот же государственный портал «Госуслуги» или всем известный интернет-банк «Тинькофф». Взаимодействие с государством тоже переходит в электронный вид, документы начинают переносить на цифровые носители, которые позже переходят так же в электронном виде к государственным органам, у организаций и физических лиц появляются электронные подписи. Все это и свидетельствует о развитии цифровой экономики.

Но переход к цифровому формату деятельности не так уж и прост. Чтобы выяснить, какие сегменты являются проблемными, а какие являются передовыми, необходимо понять, как измеряется уровень развития цифровой экосистемы как в конкретных сферах, так и в стране в целом.

В данный момент добиться определенной устойчивости в бизнесе труднее, чем когда-либо. Очень сложно занять определенную позицию на рынке, так же сложно ее удержать. К примеру, согласно статистике, около 60% компаний, которые были в рейтинге 500 крупнейших компаний в 2000-м году, уже не существуют, а средняя продолжительность жизненного цикла снизилась с показателя, который в 1960 году составлял практически 60 лет, до примерно 10-11 лет в наше время.

Вероятнее, именно из-за перехода на цифровую платформу, в современности и случилось такое резкое снижение пребывания компаний на передовых позициях. Причем именно в наше время мы можем наблюдать развитие цифровых технологий и перехода, возможно, практически всех сфер бизнеса, на цифровые технологии. Сама цифровая трансформация или цифровизация – это внедрение новых цифровых технологий в различные сферы бизнеса, которые полностью меняют процессы деятельности организации. Так же это можно назвать и культурным изменением, поскольку это требуют от организаций постоянно поддерживать свой статус и адаптировать все свои процессы под использование цифровых технологий. Цифровизация, в наше время и в будущем, практически неизбежна,

так как время идет, появляются все более инновационные решения, которые помогают бизнесу не только в разы упростить свою деятельность, но и сделать все комфортнее для клиента.

Цифровизация для каждой компании выглядит по-разному, поскольку в разных отраслях необходимо трансформировать определенные процессы, и именно поэтому очень проблематично выделить общее определение, которое могло бы применяться сразу ко всем сферам. Кратко ее можно описать как внедрение новых цифровых технологий во все сферы бизнеса, приводящая к коренным изменениям в том, какие процессы происходят внутри организации и как оно работает в общем. Так же культурные изменения, которые побуждают предприятия постоянно поддерживать свою позицию и часто экспериментировать, чтобы не потерять ее. Проще это чаще всего подразумевается как отказ от уже давно использующихся бизнес-процессов, на которых базировались предприятия, в пользу новых и современных технологий и практик, которые постоянно изменяются и совершенствуются.

Несмотря на то, что для каждого предприятия переход на цифровые технологии будет различен, все же выделяют основные рекомендации, которые необходимо учесть при начале цифровизации предприятия.

Например, эти элементы цифрового преобразования часто цитируются:

- данные от потребителей;
- оперативная адаптивность;
- сохранение занятости;
- внедрение цифровых технологий в организацию.

Хоть растущее значение цифровых инноваций, которые подразумеваются как новейшие решения, которые позволяют перевести бизнесы различных отраслей промышленности на цифровые системы, сами исследования факторов, связанных с цифровыми новшествами, в настоящий момент недостаточно полны, поскольку сами бизнес-лидеры не всегда успевают за появлениями новых инноваций, тем самым и создается разрыв в знаниях, приводящий к замедлению цифровизации предприятий. Чтобы этого избежать, предприятие ставит себе цель полностью изучить влияние цифровой ориентации организации и его возможностей на цифровые инновации, а также возможное влияние самих инноваций на эффективность организации и его возможности к данному переходу.

Сами же цифровые технологии – это различные электронные инструменты, устройства, ресурсы, которые создают, хранят и обрабатывают данные. В современное время это далеко не неизвестные для нас вещи, например цифровые технологии – это наши смартфоны, различные онлайн-магазины, социальные сети и медиа [2].

Цифровые технологии внедряются все в большие отрасли экономика, в том числе и в такие традиционные, как сельское хозяйство и розничная

торговля, которая в данный момент может осуществляться в виде онлайн-магазинов. Тенденции аналогично переходят на различные секторы и включают в себя то, что ключевыми факторами является цифровизация данных и определенных вещей. Различие внедрения в разных отраслях обуславливается различиями в возможностях, которые технологии предлагают для нововведений в продуктах, процессах и бизнес-моделях, а так же у каждой отрасли различны типы данных, которые необходимы для инноваций, и сами условия для цифровизации.

Экономическое воздействие, обусловленное внедрением цифровых технологий, дает возможность нам более углубленно изучить трансформацию информационно-коммуникационных технологий и ее роль в том числе и касательно финансовых инструментов. Они предоставляет ученым и директивным органам оригинальные и практические инструменты для оценки процесса распространения и внедрения цифровых технологий. Основным является то, что уже давно существует необходимость во внедрении IT-технологий в общество.

В наше время финансовые технологии развиваются в виде внедрения новых высокотехнологичных продуктов и сервисов, которые модернизируют традиционные способы предоставления финансовых услуг.

Основными примерами интеграции инновационных продуктов в финансовой сфере:

- онлайн-переводы и платежи, онлайн обмен валюты, онлайн-консультации и т.д;
- поиск инвестиций и финансирований, а именно краудфандинг, онлайн потребительское и бизнес-кредитование;
- управление капиталом, а именно трейдинг, сервисы целевых накоплений, биржевая торговля.

В наше время глобальной тенденцией является повышение эффективности деятельности регуляторов путем применения цифровых технологий. Существует такой термин как «SupTech» — простыми словами это можно назвать, как улучшение уже существующих методов осуществления надзора и регулирования, благодаря использованию новых цифровых технологий, для выявления и оценки рисков, а также сбора и анализа данных. На российском финансовом рынке данная тенденция выражается в совершенствовании механизмов взаимодействия Центрального Банка РФ и поднадзорных организаций путем улучшения личного кабинета и использованию новых методов и форматов учета деятельности субъектов информационного обмена.

Наряду с «SubTech», существует термин «RegTech», они немного схожи в названиях, но абсолютно противоположны друг другу, так как «RegTech» подразумевает использование поднадзорными финансовыми организациями инновационных технологий в целях управления рисками и повышения эффективности выполнения требований регулятора, что необ-

ходимо для упрощения исполнения требований контроля с меньшим расходом для самих организаций.

В 2021 г. Центральным Банком РФ были разработаны и утверждены Основные направления развития финансовых технологий на период 2022–2024 гг., определяющие главные цели и задачи развития инновационных технологий на финансовом рынке и в Банке России, среди которых - повышение доступности, качества и ассортимента финансовых услуг; содействие развитию конкуренции на финансовом рынке, а так же поддержка инноваций на финансовом рынке; цифровизация взаимодействия Банка России с поднадзорными организациями; снижение рисков и издержек в финансовой сфере. Данные направления, после их реализации, окажут существенный эффект на развитие и позицию финансового рынка РФ среди конкурентов. [3].

Если учесть вышеперечисленные цели, а так же экономические тренды, то можно определить основные задачи Центрального Банка РФ в области совершенствования финансовых технологий:

1. Развитие регулирования.
2. Совершенствование цифровых технологий финансового рынка, которое включает в себя разработку, исследование и анализ финансовых технологий, для последующего внедрения, либо анализ и совершенствование уже существующих технологий (SupTech, RegTech, различные ИИ (искусственный интеллект), внедрение биометрических данных пользователей и т.д.);
3. Цифровизация финансовых организаций, еще не перешедших к электронному взаимодействию;
4. Обеспечение цифровой безопасности.

На основе вышеперечисленного можно сделать вывод, что для качественной цифровизации финансового рынка создается достаточно необходимых условий, благодаря которым повышается качество и доступность финансовых услуг, а также повышается конкурентоспособность финансовых организаций. Технологии – это лишь малая часть цифровизации, поскольку существует еще множество того, что должно быть сделано в процессе перехода к цифровым технологиям. Так же она охватывает многие другие области организации, например маркетинг, торговые точки и поддержку клиентов, цепи поставок. Следовательно, компаниям зачастую нужно достаточно много времени для осуществления перехода, поскольку нужно большое количество консультаций с различными специалистами для выявления наилучшей передовой практики для организации, а также для определения основных наиболее эффективных для предприятия цифровых финансовых технологий.

Так же не менее важно обеспечить высокий уровень информационной безопасности, в условиях цифровизации необходимо наличие эффективных механизмов взаимодействия и инструментов, направленных на проти-

действие киберугрозам и мошенничеству на финансовом рынке. Для этого Банк России должен разработать спецификации и протоколы дистанционного использования усиленной квалифицированной электронной подписи и сформировать облачное хранилище УКЭП и криптографического клиентского модуля (SDK). Так же необходимо разработать и согласовать определенные правила информационной безопасности при их подключении в инфраструктуру ИТ и ПО финансовых организаций для предотвращения различных инцидентов, а также различных неправомерных деяний.

Библиографический список

1. Федеральный закон "О рынке ценных бумаг" от 22.04.1996 N 39-ФЗ (дата обращения 02.05.2022)
2. "Паспорт национального проекта "Национальная программа "Цифровая экономика Российской Федерации" (утв. Президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 04.06.2019 N 7) [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_328854/ (дата обращения: 02.05.2022).
3. Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на период 2022–2024 годов (Центральный банк РФ), Москва. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/131360/oncfr_2022-2024.pdf (дата обращения: 02.05.2022).

УДК 336.741.2

РИСКИ ПОВСЕМИСТНОГО РАСПРОСТРАНЕНИЯ КРИПТОВАЛЮТ И СЛОЖНОСТИ ИХ РЕГУЛИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВОМ

Семущкин Д.Ю. бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе дано современное определение криптовалюты, представлены риски, связанные с распространением криптовалют. Рассмотрены проблемы регулирования криптовалют как финансовых активов со стороны государства. Показан опыт зарубежных стран в данной сфере и даны рекомендации по решению выдвинутых проблем.

Ключевые слова: криптовалюта, финансовые рынки, криптовалютные биржи, цифровые деньги, токен.

THE RISKS OF THE UBIQUITY OF CRYPTOCURRENCIES AND THE COMPLEXITY OF THEIR REGULATION BY THE STATE

Semushkin D. Y. bachelor's degree of the 2nd year

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

Abstract. The paper gives a modern definition of cryptocurrency, presents the risks associated with the spread of cryptocurrencies. The problems of regulation of cryptocur-

rencies as financial assets by the state are considered. The experience of foreign countries in this field is shown and recommendations for solving the problems put forward are given.

Keywords: cryptocurrency, financial markets, cryptocurrency exchanges, digital money, token.

На сегодняшний день проблема регулирования и контроля обращения криптовалют, их покупки и продажи актуальна как никогда. Это обусловлено быстро развивающимися компьютерными технологиями и научно-техническим прогрессом. Рынок криптовалют очень молод, по сравнению с фондовым, но несмотря на это его популярность растёт огромными темпами. Кто-то стремится заработать на новом рынке, а кто-то хочет сохранить сбережения в беспокойные времена. Преступники тоже активно пользуются рынком криптоактивов, так как он почти неподконтролен государствам из-за самой сущности криптовалют и криптоактивов. Именно по этим причинам в наши дни вопрос о государственном регулировании криптовалют и надзоре за их обращением встаёт особо остро.

Началом истории криптовалют считается 2008 год. В 2009 году появилась самая известная в наши дни цифровая валюта – Bitcoin (Биткоин). На протяжении 14 лет виртуальные валюты активно развиваются и на данный момент находятся на пике популярности.

Криптовалюты основаны на технологии блокчейн (цепочка блоков в переводе с английского). Блокчейн – это распределенный реестр, состоящий из блоков, внутри каждого из которых записаны транзакции. Каждый следующий блок связан с предыдущим. Благодаря такой технологии невозможно нарушить последовательность блоков, поскольку тогда данные в сети криптоактивов станут недействительными. Вышеописанная система является децентрализованной. У каждого пользователя имеется свой экземпляр базы данных, в которой хранятся блоки. Именно поэтому не представляется возможным изменить кокой-либо блок.

Банк России даёт следующее определение криптоактива – это актив, который существует в цифровом виде или является цифровым представлением другого актива и создан с применением технологии распределённых реестров [4]. У криптоактивов могут быть различные функции. Одни предназначены для проведения платежей, другие имеют схожесть с ценными бумагами. Курс криптовалют зависит от одобрения их государствами, признания в обществе и возможности использовать их в качестве средства платежа. Использование криптовалют в качестве платежного средства запрещено в РФ на законодательном уровне [1], но, несмотря на это, их можно покупать.

Купить цифровые деньги можно различными способами, но на сегодняшний день наибольшее распространение получили биржи криптовалют. По данным правительства граждане России вложили в криптовалюту

16,5 триллионов рублей. Это 12% от общей стоимости мировых активов. И тенденция к покупке криптоактивов только растёт. Именно поэтому многие страны, в том числе и Россия, озаботились проблемами контроля и регулирования виртуальной валюты.

В начале 2021 года количество пользователей цифровых активов в мире составляло около 100 миллионов человек. В июне этого же года количество выросло до 221 млн. человек (рис.1). Это говорит об очень быстром росте рынка виртуальных валют. Такой рост несомненно влечет за собой заинтересованность государств в изучении, контроле и регулировании рынка. На конец декабря 2021 года объем рыночной капитализации цифровых активов (криптовалют и токенов) составил приблизительно 2,3 триллионов долларов. Капитализация достигла пика в ноябре 2021, тогда она была равна чуть более 3 триллионов долларов. Если сравнивать рыночную капитализацию криптовалют с мировыми финансовыми активами, то капитализация виртуальных валют составит около 1%.

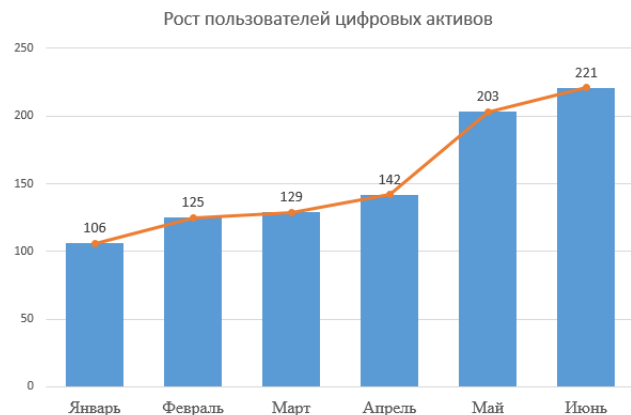


Рисунок 1. Рост пользователей цифровых активов
с января по июнь 2021 года

Переходим к рискам. Широкое распространение криптовалют создаёт риски для финансового рынка России. Всё больше граждан, банков и финансовых организаций вовлекаются в мир цифровых активов и без должного контроля и ограничений это может вылиться в серьёзные последствия для российской экономики. Банк России выделил три основные угрозы, связанные с распространением криптовалют в РФ:

- 1) угроза для благосостояния граждан;
- 2) угроза для финансовой стабильности;
- 3) угроза расширения нелегальной деятельности.

Опасность ухудшения благосостояния граждан заключается в особенностях рынка криптоактивов. Формирование цены на данном рынке

достаточно сложно предугадать. Сам же рынок считается волатильным, поскольку цена на некоторые активы, как показала практика, может «скакать» на тысячи долларов вверх и вниз. Конечно же, это привлекает потенциальных инвесторов. Интерес заключается в быстром приумножении своего состояния. На деле же угадать, что будет с котировкой является практически невозможным, особенно для неопытных пользователей.

Данный рынок характеризуется тем, что некоторые виды криптовалют сконцентрированы в руках некоторого количества человек. Эти люди могут манипулировать ценами активов на рынке, поскольку обладают достаточным его количеством. Данные манипуляции сложно распознать даже профессиональным участникам рынка. На криптобиржах все участники анонимны. Можно лишь увидеть саму транзакцию и то, на какую сумму она была проведена. Такая особенность стимулирует манипуляторные действия. Как следствие анонимности участников, цифровые активы пользуются спросом у преступников. Кроме того, процесс функционирования криптоактивов похож на финансовые пирамиды (старые вкладчики получают выгоду за счёт новых вкладчиков, за счёт которых происходит рост котировок) и есть риск её обрушения.

В связи с последними событиями в мире, с военной операцией на Украине, также появился риск того, что активы российских пользователей могут быть заблокированы на биржах. Если подобное произойдёт, то это будет очень сильным ударом по доверию к криптовалютам и криптобиржам. Такой запрет ставит под сомнение саму сущность криптовалют, так как они построены на принципе децентрализованной системы (которой и является блокчейн), где все участники равны.

Угроза для финансовой стабильности страны вытекает из риска подрыва денежного обращения и утраты независимости национальной валюты. Есть специальный термин для данного явления – криптоизация. Его суть в том, что люди начинают отдавать предпочтение криптовалютам и использовать их больше, чем традиционные деньги. Это означает снижение эффективности проведения кредитно-денежной политики государства, уровень инфляции будет повышенным постоянно. Для её сдерживания будет необходимо повышать ключевую ставку, что приведет к снижению доступности кредитов.

Риск того, что уменьшится финансирование реального сектора экономики, связывают с перетеканием капитала на рынок цифровых валют. Это приведёт к оттоку средств из российского фондового рынка, что снизит рыночные капитализации отечественных компаний. Эмитенты ценных бумаг будут ограничены в привлечении инвестиций. Это поспособствует увеличению безработицы.

Отток капитала из страны и ослабление курса рубля являются ещё одним риском от распространения виртуальных валют.

Существует риск оттока средств из банков (с банковских депозитов) в криптовалюты. Это очень плохо скажется на финансовой устойчивости банков, поскольку люди будут выводить деньги с депозитов в пользу покупки активов на криптобиржах.

Благодаря криптовалюте открывается большое количество возможностей для преступного мира. За счёт того, что криптовалюты анонимны, проводится множество операций в рамках преступной деятельности:

- 1) легализация незаконных доходов;
- 2) торговля наркотическими веществами;
- 3) финансовая поддержка терроризма;
- 4) нелегальный вывод средств за рубеж и другие.

Существует метод отмывания денег, полученных от незаконной деятельности, с помощью покупки за эти деньги старых крипто-кошельков. Момент покупки такого кошелька отследить невозможно, нельзя определить владельца и сумму активов в кошельке. Сохранение анонимности очень сильно усложняет работу полиции. Так, криптовалюты способствуют процветанию преступной деятельности.

Тенденции регулирования покупки и продажи цифровых валют и контроля их обращения за рубежом таковы:

- в большинстве стран введен запрет на использование криптовалют в качестве платежного средства (как и в России), а в некоторых странах положение виртуальных валют находится в подвешенном состоянии, но существует большая вероятность введения более жестких мер;
- в одних странах разрешена работа бирж криптовалюты, в других полный запрет;
- инвестирования в цифровые деньги ограничены внутри некоторых стран, но есть и страны, которые просто дают рекомендации не вкладывать деньги в данные активы.

Нет однозначности в решениях государств по поводу принятия или непринятия криптоактивов. Некоторые страны, такие, как США, Франция, Великобритания требуют обязательной регистрации криптобирж, а также требуют выполнения требований в сфере ПОД/ФТ. В Японии могут действовать лишь те биржи цифровых активов, которые прошли процедуру обязательной регистрации и осуществляющих деятельность в соответствии с законодательством.

Соединенные Штаты Америки обязуют криптобиржи сообщать о подозрительных операциях, предоставлять отчеты по сделкам свыше 10 тысяч долларов и хранить информацию о денежных переводах. Франция требует обязательной верификации клиентов бирж, которые производят какие-либо действия с криптовалютами.

В РФ уже имеются законы, которые регулируют обращение криптоактивов. Одним из них является Федеральный закон «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные за-

конодательные акты Российской Федерации». Данный закон имеет ряд недостатков, о которых говорит кандидат экономических наук Максуров Алексей Анатольевич. В частности, он говорит о таких проблемах, как явная «фрагментарность» закона, отсутствие изначального стремления к наибольшему урегулированию возникших новых общественных отношений, слабая стыковка с существующим материальным и процессуальным правом [2, С.164]. В рамках статьи мы не будем углубляться в юридические тонкости закона и оставим это профессионалам.

МВФ предоставляет следующие рекомендации по надзору и контролю за рисками, происходящими от криптовалют:

1) следует ввести в действие существующих на данный момент глобальных принципов, применимых к деятельности с цифровыми валютами и активами;

2) так как пока что не выработаны стандарты в области регулирования криптовалют, следует применять уже существующие инструменты для контроля и наблюдения рисков;

3) страна должна быть готова в любой момент привести национальный стандарты регулирования в соответствии с мировыми;

4) нехватка информации является важной проблемой, так как регуляторам часто недостаёт качественных и стандартизированных данных. Это даст возможность лучше понимать риски, связанные с криптовалютами.

Библиографический список

1. Федеральный закон "О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 31.07.2020 № 259-ФЗ.
2. Максуров, А. А. Блокчейн, криптовалюта, майнинг: понятие и правовое регулирование: монография / А. А. Максуров. – М.: Дашков и К, 2020. - 198 с.
3. Всё, что важно знать о криптовалюте [Электронный ресурс] – URL: <https://www.rbc.ru/crypto/news/5f95b6d79a7947d04d2375e0> (дата обращения: 02.05.2022).
4. Риски криптовалют и возможные меры регулирования: доклад для общественных консультаций. Банк России [Электронный ресурс] – URL: <https://www.rbc.ru/crypto/news/5f95b6d79a7947d04d2375e0> (дата обращения: 03.05.2022).

УДК 336.74

ВСЕ АСПЕКТЫ БЕЗОПАСНОГО И ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРИПТОВАЛЮТЫ

Сенина В. А. бакалавр 3-го курса

Научный руководитель: Широкова Е. В., к.ф.-м.н.

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье говорится о принципе работы и устройстве криптокошельков. Приведена статистика по криптомошенничеству за последние 3 года. Так же расписаны виды и рекомендации к выбору криптокошелька.

Ключевые слова: криптокошелёк, криптовалюта, виды криптокошельков, блокчейн, криптовалюта, статистика криптовалют, биржевой, программный, аппаратный скам, киберпреступления, Bitcoin

ALL ASPECTS OF SAFE AND EFFECTIVE USE OF CRYPTOCURRENCY

Senina V. A. Bachelor of the 2nd year

Supervisor: Shirokova E.V., PhD in Physics and Mathematics

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The article talks about the principle of work and structure of cryptocurrencies. It provides statistics on crypto-fraud over the last 3 years. It also describes types and recommendations for choosing a cryptocurrency wallet.

Keywords: crypto wallet, cryptocurrency, types of crypto wallets, blockchain, cryptocurrency, cryptocurrency statistics, exchange, software, hardware scam, cybercrime, Bitcoin

На данный момент в экосистеме криптовалют существуют десятки видов кошельков. Каждый из них имеет свою специфику и подходит для конкретных задач. Чтобы уметь грамотно распоряжаться своими финансами, необходимо разбираться в видах и особенностях кошельков.

В первую очередь необходимо понимать, что ваша электронная валюта не в криптокошелёке, а в блокчейне. Кошелёк это всего лишь место для хранения важных данных, например, таких как ключа-пароля, которые в последствии позволят получить доступ к электронным средствам, непосредственно внутри блокчейна.

Итак, стоит немного сказать об устройстве криптокошелька. Чтобы начать работу с криптовалютой чаще всего требуется специализированное программное обеспечение, то есть программа-кошелёк. Именно эта программа даёт пользователю доступ к блокчейну, а также к возможности совершения транзакций и получения переводов на свой адрес.

Все кошельки состоят из двух ключей: публичный и приватный. Публичный (открытый) ключ — это строка цифр, которая доступна каждому. Она представляет собой набор букв и символов и используется при отправке средств на кошелёк.

Приватный (закрытый) ключ — это так называемый ключ безопасности, состоящий из набора случайных чисел, сгенерированных криптографически, которые невозможно взломать. Это шестнадцатеричное число, которое создано для подписи переводов, состоящее из 256 бит или 32 байта.

Процесс совершения транзакции между кошельками строится на сопоставлении публичных и приватных ключей.

После «подписания» перевод отправляется я в интернет, далее получает одобрение, после чего добирается до получателя.

Можно привести классификацию кошельков, на которых хранится валюта:

Кастодиальный кошелек- вид цифрового кошелька, в котором все личные данные, ключи и резервное копирование находятся на стороне разработчика. Он включает в себя биржи и программные кошельки, в которых все данные пользователя хранятся на своих серверах или серверах разработчика.

Не-кастодиальный кошелек - один из видов децентрализованного кошелька, в котором личные данные, такие как ключи доступа, находятся у клиента. После получения файла с личными ключами, клиент записывает фразу, которая в последствии даст ему доступ к его средствам. При таком виде кошелька всю ответственность за безопасность данных несёт потребитель. К ним относятся: мобильные, компьютерные и веб-кошельки.

Веб-кошельки особенно популярны у людей, которые активно торгуют криптовалютой или же у тех, кто только начал покупать криптовалюту. Мобильные кошельки активно используются для ежедневного пользования. Сейчас всё больше магазинов по всему миру открывают возможность оплаты своих услуг с помощью Bitcoin или Ethereum.

Также как и любая финансовая система, криптовалюта подвержена атакам злоумышленников. Чтобы видеть реальную картину, обратимся к статистике. На рисунке 1 мы видим график, на котором отражены все виды криптопреступлений за последние 4 года. Очевидно, что самым распространённым видом краж криптовалюты является скам. Сразу после него идёт «чёрный рынок даркнета». Стоит обратить внимание на резкий скачок преступлений в 2019 году. Он связан с мошеннической Ponzi-схемой PlusToken, когда тысячи доверчивых людей потеряли свои сбережения в попытке заработать лёгких денег. В остальном, показатели достаточно не критичные, учитывая, что это статистика собрана не с одной страны, а со всего мира. В 70% случаев жертвы потеряли свои средства из-за собственной глупости и невнимательности. Соответственно, если обладать достаточным умом и сообразительностью, то попасть в такую ситуацию практически невозможно.

В настоящий момент в киберпространстве идет настоящая война: программисты пытаются перекрыть все бреши в системах безопасности, а хакеры, в свою очередь, ищут новые пробелы, способные принести им прибыль.

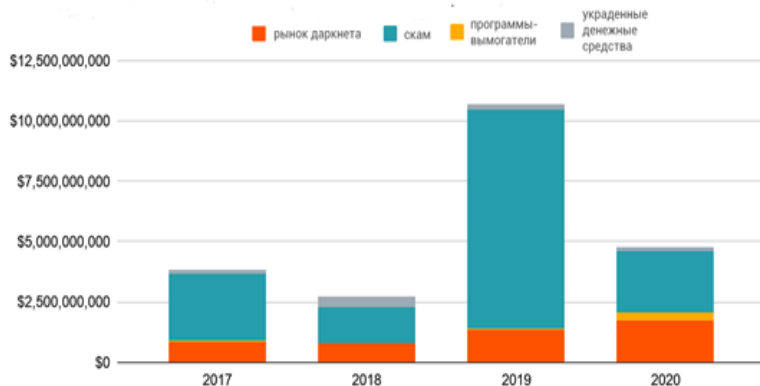


Рисунок 1. Общая сумма средств, полученных преступными организациями, за год

Подводя итоги о состоянии криптовалюты, обратимся к статистическим данным за 2021 год. Капитализация рынка за текущий год выросла до \$1,5 трлн. Самая известная и дорогая криптовалюта Биткоин за год выросла на 60%. Инвесторы всё больше интересуются криптовалютой и это особенно заметно по смещению долей криптовалют на рынке (рис. 2). Специалисты говорят о том, что волатильность криптовалюты пугает инвесторов ровно так же, как и привлекает.

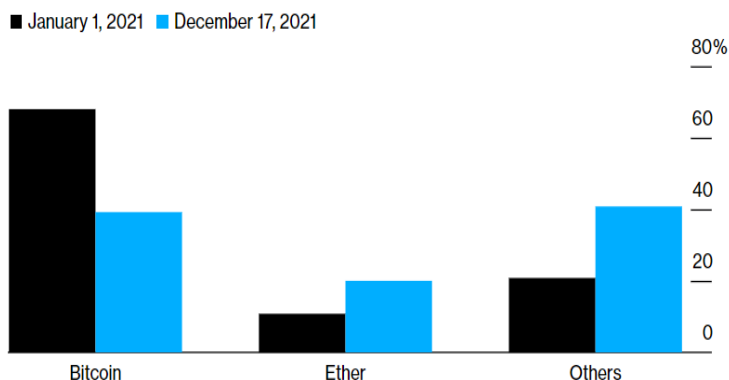


Рисунок 2. Изменение доли криптовалют на рынке

Таким образом, на основе всего выше сказанного, можно выделить три кошелька для хранения своих средств: биржевой, программный и аппаратный. Каждый из них является достаточно удобным в использовании и обеспечивает достаточный уровень безопасности. Выбирать, каким ви-

дом кошелька пользоваться, следует исходя из своих специфических требований и задач.

Программный кошелёк даст вам постоянный доступ к своей валюте и обеспечит относительный уровень безопасности, однако при утере физического носителя вернуть свои средства практически нереально.

Биржевые кошельки являются самыми спорными относительно удобства и безопасности, однако достаточно большое количество пользователей отдадут ему своё предпочтение из-за возможности вернуть свои вложения в случае утери физического носителя.

Аппаратные кошельки гарантируют полную анонимность владельца, а также они являются самыми безопасными и защищёнными. Однако, они значительно дороже других кошельков. Ещё один значительный минус - это невозможность использования их в повседневной жизни, так как у вас нет постоянного доступа к своим финансам.

Библиографический список

1. Альтернативное Финансирование [Электронный ресурс] - [https:// www.jbs.cam.ac.uk/faculty-research/centres/alternative-finance](https://www.jbs.cam.ac.uk/faculty-research/centres/alternative-finance) (дата обращения 25.12.2021).
2. Безопасность криптовалют: проблемы и риски [Электронный ресурс] - [https:// bankiros.ru/news/10-problem-i-riskov-kriptoalut-665](https://bankiros.ru/news/10-problem-i-riskov-kriptoalut-665) (дата обращения 25.12.2021).

УДК 368

РОЛЬ СТРАХОВАНИЯ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ОБОРОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Скворчинский Е.К. бакалавр 3-го курса

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

Аннотация. В статье рассмотрены аспекты и роль страхования в обеспечении оборонной безопасности Российской Федерации. Приведена нормативная база, обеспечивающая страхование военнослужащих Вооружённых Сил Российской Федерации, приведены данные по страховым премиям и выплатам за последние несколько лет, а также рассмотрены аналоговые программы страхования военнослужащих в зарубежных странах.

Ключевые слова: страхование жизни и здоровья военнослужащих, департамент военно-экономического анализа Министерства обороны Российской Федерации, механизм индексаций пособий и выплат.

THE ROLE OF INSURANCE IN ENSURING DEFENSE SECURITY

Skvorchinsky E.K. Bachelor of the 3rd year

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

Annotation. The article discusses the aspects and role of insurance in ensuring the defense security of the Russian Federation. The regulatory framework providing insurance

for servicemen of the Armed Forces of the Russian Federation is given, data on insurance premiums and payments over the past few years are given, and analog insurance programs for servicemen in foreign countries are also considered.

Keywords: life and health insurance of military personnel, Department of Military-economic analysis of the Ministry of Defense of the Russian Federation, mechanism of indexation of benefits and payments.

Война - это ремесло, которым человечество занимается столько же, сколько и существует само человечество. За всю историю поводы для войны были разными: воевали за землю, за ресурсы, за веру, за колонии, из-за идеологий, а кто-то и за ведро, которое украл его сосед.

Но это было тогда, а что же сейчас, ведь современное общество живёт в постиндустриальном обществе, в обществе, где война является рудиментом, но человечество или, по крайней мере, отдельные индивидуумы продолжают искать казус белли, для того, чтобы побряцать оружием или даже устроить маленькую победоносную войну, для удовлетворения своих интересов в первую очередь.

И простой гражданин, восемнадцати лет отроду может задаться вопросом: «А что, если завтра война, если завтра в поход или меня призовут в армию на срочную службу, у меня есть возможность застраховаться или меня будут страховать? А кто тогда страховщик или страхователь, Министерство обороны или частные компании? И какими нормативными актами это всё будет закреплено? А есть ли подобное страхование?». И на эти вопросы мы постараемся ответить и в целом рассмотрим роль страхования в обеспечении оборонной безопасности страны.

Страхование жизни и здоровья солдат и командиров любой современной армии - это есть социальная гарантия защитникам государств от самого государства. В Российской Федерации область страхования находится в ведении Департамента военно-экономического анализа Министерства обороны Российской Федерации. Само страхование в этом отделе организовано шестым отделом. Стоит рассмотреть работы, которые осуществляет департамент в сфере страхования:

1. Департамент анализирует рынок страхования;
2. Департамент отслеживает изменения нормативно-правовой базы в области страхования для соответствия своей деятельности действующему страхованию;
3. Департамент анализирует уровень страховых выплат по заключённым государственным договорам;
4. Департамент подготавливает и согласовывает конкурсную документацию на закупку услуг по страхованию для потребностей Министерства обороны РФ в соответствии с Федеральным законом от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»;

5. Департамент участвует в работе конкурсной комиссии для проведения конкурентных процедур;

6. Департамент организует планирование и своевременно финансирует заключенные государственные контракты;

7. Департамент контролирует исполнение страховщиком обязательств по договору путём проверок, осуществляемых на регулярной основе;

8. Департамент готовит предложения в проект бюджета, как на плановый период по расходам на страхование, так и на следующий финансовый год;

9. Департамент работает по обращениям граждан связанными с вопросами по единовременным пособиям и выплатам страховых сумм;

10. Департамент работает по досудебному урегулированию споров, которые возникли при исполнении государственных контрактов [3].

Теперь стоит рассмотреть, какие же виды страхования и какие нормативно-правовые акты, относящиеся к ним, реализуются в Министерстве обороны. Существуют две формы страхования: обязательное и добровольное, эти формы исходят из Закона Российской Федерации от 27.11.1992 г. № 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» [1].

Страхование военнослужащих, а также активов и ответственности Министерства обороны осуществляется в обязательной форме, что подтверждают данные таблицы 1 [3].

Таблица 1. Виды страхования в сфере обеспечения безопасности и относящиеся к ним нормативно-правовые акты

Вид страхования		Нормативно-правой акт
1.	Обязательное государственное страхование жизни и здоровья военнослужащих	Федеральный закон от 28 марта 1998 г. № 52-ФЗ
2.	Обязательное страхование гражданской ответственности владельца транспортного средства	Федеральный закон от 25 апреля 2002 г. № 40-ФЗ
3.	Обязательное страхование ответственности владельца опасного объекта за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте	Федеральный закон от 27 июля 2010 г. № 225-ФЗ
4.	Обязательное страхование ответственности владельца воздушного судна	Воздушный кодекс Российской Федерации (Федеральный закон от 19 марта 1997 г. № 60-ФЗ)
5.	Обязательное страхование ответственности при осуществлении пусков межконтинентальных баллистических ракет и космических аппаратов военного назначения	Закон Российской Федерации от 20 августа 1993 г. № 5663-1

Непосредственно страхование осуществляют страховые компании, имеющие соответствующие лицензии. Кроме того, стоит сказать, что эти компании конкурируют за тендер, предоставляемый Министерством обороны, и, следовательно, внушительный гос. контракт. Так, к примеру, в 2014 году сумма подобного контракта по страхованию жизни и здоровья военнослужащих армии Российской Федерации составила 5,086 миллиардов рублей, тендер выиграла компания «СОГАЗ». Стоит сказать, что сумма контрактов от года к году только росла, так, в 2015 года она составила 5,9 млрд. рублей, в 2016 году- 6,5 млрд., в 2017 году - 6,6 млрд., в 2018 году - 8,5 млрд., в 2019 году - 9,5 млрд., в 2020 году - 14,9 млрд. рублей. Стоит сказать, что кроме компании «СОГАЗ», Министерству Обороны в деле страхования помогают также компании «Росгострах», «Ингосстрах» и «Альфа-Страхование», которые в разное время обеспечивали защиту жизни и здоровья военнослужащих армии Российской Федерации [4].

Исходя из таблицы 1, видно, что все виды страхования обязательны, это создано для поднятия уровня социальной защиты граждан, находящихся как в горячих точках, так и на военных сборах, а также для снижения издержек страхователя в момент фиксирования страховых случаев. Само обязательное страхование является элементом, которые составляют щит российской социальной защиты военнослужащих армии Российской Федерации. Страховые случаи и размеры максимальных выплат по ним представлены в табл. 2 [3].

Таблица 2. Размеры страховых сумм по наступлению страховых случаев при государственном страховании военнослужащих в РФ

Страховой случай	Размеры выплат, руб. (с учетом индексации)		
	1 января 2018 г.	1 января 2019 г.	1 января 2020 г.
Гибель (смерть)	2 562 112,32	2 672 283,15	2 752 451,64
Инвалидность:			
а) I группа	1 921 584,25	2 004 212,37	2 064 338,74
б) II группа	1 281 056,16	1 336 141,58	1 376 225,82
в) III группа	640 528,09	668 070,79	688 112,92
Ранение (увечье):			
а) тяжелое	256 211,23	267 228,31	275 245,16
б) легкое	64 052,81	66 807,08	68 811,29
Увольнение военнослужащего, проходящего военную службу по призыву	64 052,81	66 807,08	68 811,29

Следует отметить, что страховые суммы, перечисленные выше в таблице 2, индексируются от года к году в соответствии с изменяющимся уровнем инфляции при учёте федерального закона о федеральном бюджете на следующий финансовый год. Само решение об индексации данных сумм принимается на достаточно высоком уровне, а именно Правительством Российской Федерации.

Рассмотрим показатели страховых выплат военнослужащим в течении 2014-2020 годов и постараемся выявить одну закономерность.

В 2014 году уровень страховых выплат составил 900440 тысяч рублей, в 2015 году уровень страховых выплат составил 3,215 миллиардов рублей, в 2016 году уровень страховых выплат составил 4,822 миллиарда рублей, в 2017 году уровень страховых выплат составил 5,035 миллиарда рублей, в 2018 году уровень страховых выплат составил 5,815 миллиардов рублей, в 2019 году уровень страховых выплат составил 6,554 миллиарда рублей, в 2020 году уровень страховых выплат составил 9,921 миллиард рублей. Стоит предположить, что выплаты пошли на увеличение, в следствии начавшейся операции в Сирийской Арабской Республике ограниченного контингента Вооружённых Сил РФ, а также участвовавших аварий и катастроф, связанных с устаревшим авиапарком [4].

Для примера, 17 июля 2018 года, произошёл страховой случай в воздушном пространстве Сирийской Арабской Республики вследствие ошибки, а, возможно, и некомпетентности наших союзников, сирийские зенитчики сбили из старенького советского зенитно-ракетного комплекса С-200, российский самолёт-разведчик Ил-20М, погибло 15 военнослужащих, на момент 2018 года страховая выплата за одного погибшего военнослужащего составляла 2562112,32 рубля, в общем итоге семьи погибших офицеров, которые в данном случае являются выгодоприобретателями, получили 38431684,8 рублей страховыми выплатами [7].

Кроме того, существуют и единовременные пособия, которые регламентируются восьмой и двенадцатой частями третьей статьи Федерального закона от 07.11.2011 г. №306-ФЗ «О денежном довольствии военнослужащих и предоставлении им отдельных выплат» [2]. Сами случаи и размеры единовременных выплат представлены в таблице 3 [3].

Механизм индексаций пособий и принятия решений Правительством аналогичен, как и со страховыми суммами.

Таким образом, военнослужащие, защищающие граждан и границы нашей страны, обеспечены государством страховкой, и в случае смерти или травмы родственники, или сам пострадавший могут рассчитывать на выплату определенных компенсаций по случаю смерти кормильца либо выплат на лечение, реабилитацию. Страхователем при этом выступает Министерство обороны, а страховщиком – страховая компания, имеющая лицензию и выигравшая тендер.

Таблица 3. Размеры единовременных пособий и страховые случаи, относящиеся к ним

Случай	Размеры выплат, руб. (с учетом индексации)		
	1 января 2018 г.	1 января 2019 г.	1 января 2020 г.
Гибель (смерть)	3 843 168,47	4 008 424,71	4 128 677,45
Увольнение вследствие военной травмы:			
по контракту	2 562 112,32	2 672 283,15	2 752 451,64
по призыву	1 281 056,16	1 336 141,58	1 376 225,82

Подобная практика страхования военнослужащих существует и в других странах, к примеру, это Соединённые Штаты Америки, Республика Беларусь, Великобритания, Швеция, Италия, Федеральная Республика Германия и Французская Республика [5].

Если мы сравним страхование в армии Российской Федерации и Соединённых Штатов Америки, то они существенно отличаются. Страхование военнослужащих в американской армии происходит по нескольким программам, это: «Service-Disabled Veterans Insurance», которое действует ещё со времён войны в Корее, «Servicemembers' Group Life Insurance», которое действует со времён Вьетнамской войны, а также «Veterans' Mortgage Life Insurance» и «Veterans' Group Life Insurance», которые действуют с 1971 и 1974 годов соответственно. Порядка 99 страховых частных компаний осуществляет программу страхования здоровья и жизни военнослужащих. Стоит отметить, что страхование осуществляется на добровольной основе и только у этих компаний. Во времена войны во Вьетнаме были совместные государственно-частные программы, однако частникам удалось «протолкнуть» через Конгресс законопроект о полном закрытии государственных страховых программ.

Военнослужащий застраховывал себя на определённую сумму, покупая страховой полис, страховые суммы варьировались от 10 до 50 тысяч долларов в зависимости от программы страхования, сам военнослужащий вносил страховую премию каждый месяц, премия вычиталась из жалования военнослужащего. Сама премия зависит от суммы страховой выплаты, к примеру, среднестатистический сержант Корпуса Морской Пехоты США, неся службу в Ираке в данный момент платит всего 4 доллара в месяц, и при этом страховая выплата составляет 50 тысяч долларов, и при этом он застрахован по программе SGLI. Для военнослужащих, которые

участвуют в данной программе, страховыми случаями являются события, вызванные в связи с обязанностями армейской службы.

Основными компаниями, которые занимаются данной деятельностью являются «AFBA», она же «Armed Forces Benefit Association», «Metropolitan Life», а также «Northwestern Mutual Life» и «Connecticut General Life», некоторые из данных компаний занимаются страхованием военнослужащих ещё с тех пор, когда США вступили в Первую Мировую Войну на стороне Антанты, что подчёркивает богатую историю страхования в Соединённых Штатах Америки [5].

В заключение хотелось бы отметить, что роль страхования в обеспечении оборонной безопасности страны велика, ведь Российская Федерация за последние 25 лет неоднократно оказывалась втянутой в различные военные конфликты, выступая и непосредственной участницей, и выполняя миротворческие функции, и оказывая военное консультирование: Чеченские войны и борьба с террористами, война в Южной Осетии, война в Сирии, война в Центральноафриканской республике, военная операция на Украине. К сожалению, ни одна война, ни одна военная операция не обходится без жертв, поэтому для военнослужащих, выполняющих свой воинский долг, важно знать, что при наступлении страхового случая, государство не оставит его самого или его семью без денежных средств, без помощи и поддержки. Самое главное, чтобы страховых случаев в данном направлении было как можно меньше, так как самый главный «поставщик» страховых случаев в контексте страхования в оборонной безопасности страны - это война.

Библиографический список

1. Закон РФ от 27.11.1992 N 4015-1 (ред. от 02.07.2021) Об организации страхового дела в Российской Федерации //СПС КонсультантПлюс
2. Федеральный закон от 7 ноября 2011 г. N 306-ФЗ "О денежном довольствии военнослужащих и предоставлении им отдельных выплат" //СПС КонсультантПлюс
3. «Организация страхования в Министерстве обороны Российской Федерации в 2021 году» [Электронный ресурс] - Режим доступа – URL - <https://sc.mil.ru/social/insurance.htm>, свободный – (дата обращения 23.02.2022)
4. Динамика развития отдельных видов страхования (страхование военнослужащих) [Электронный ресурс] - Режим доступа – URL - <https://www.insur-info.ru/statistics/analytics/>, свободный – (дата обращения 24.02.2022)
5. Страхование военнослужащих зарубежных армий [Электронный ресурс] - Режим доступа – URL - https://studwood.net/1220539/bankovskoe_delo/strahovanie_voennoosluzhaschih_zarubezhnyh_armiy, свободный – (дата обращения 24.02.2022)
6. Сусякова О.Н. Роль страхования в противодействии последствий пандемии//Калужский экономический вестник. 2021. №1. С.16-19
7. «Катастрофа Ил-20 в Сирии в 2018 году» [Электронный ресурс] - Режим доступа – URL - <https://www.rbc.ru/politics/18/09/2018/5ba0d02f9a79476049e28e05>, свободный – (дата обращения 06.03.2022)

ФИНАНСОВЫЙ РЫНОК РОССИИ И ЕГО РАЗВИТИЕ В 2022 ГОДУ

Стукова К.М. бакалавр 3-го курса

Научный руководитель: Орловцева О.М., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация. В данной статье проведено исследование современного состояния финансового рынка России. В рамках статьи раскрывается сущность понятия «финансовый рынок», дается характеристика финансового рынка России по состоянию на 2019-2021 год, а также рассматриваются пути его развития в 2022 году.

Ключевые слова: финансовый рынок, экономический рост, развитие финансового рынка, Банк России, цифровизация.

RUSSIAN FINANCIAL MARKET AND ITS DEVELOPMENT IN 2022

Stukova K.M. bachelor's degree of the 3rd year

Supervisor: Orlovtsseva O.M., Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. In this article, a study of the current state of the Russian financial market is conducted. The article reveals the essence of the concept of "financial market", describes the financial market of Russia as of 2019-2021, and also discusses the ways of its development in 2022.

Keywords: financial market, economic growth, financial market development, Bank of Russia, digitalization.

В условиях рыночных отношений их неустойчивая финансовая структура, их эффективность и объективное использование обеспечиваются с помощью финансового рынка.

Теория и практика экономических, финансовых и предпринимательских отношений выработала множество определений финансового рынка. С точки зрения А. С. Нешитой «...финансовый рынок — это система рыночных отношений, представляющая собой сферу денежных операций, где объектом сделки являются свободные денежные средства населения, экономических субъектов и государственных структур, предоставляемые пользователям (заемщикам) либо под ценные бумаги, либо в виде ссуд» [3].

И. С. Шиткина определяет финансовый рынок, как «...сфера обращения финансовых продуктов (активов) и услуг, которые не могут быть заменены на взаимозаменяемые или идентичные финансовые продукты (активы) или услуги на территории Российской Федерации (ее части) либо за ее пределами, причем эти отношения возникают между лицами, из которых хотя бы одно является субъектом предпринимательской деятельности, а рынок финансовых услуг — при обязательном участии посредника — профессионального участника финансового рынка, имеющего соответствующую

щую лицензию и (или) предусмотренный законом иной способ профессионального допуска» [2].

По мнению М. Ю. Елицура, В. П. Наумова, О. М. Носовой и М. В. Фроловой «...финансовый рынок — совокупность рыночных институтов, направляющих поток денежных средств от их собственников к заемщикам, это рынок, на котором обращается капитал» [6].

Финансовый рынок в широком смысле включает (рисунок 1):

1) Рынок ссудных капиталов — представляет собой систему финансовых отношений, направленных на привлечение денег и кредитование (в кредит).

2) Рынок ценных бумаг — финансовые отношения, обеспечивающие сбор, перераспределение и инвестирование посредством купли-продажи ценных бумаг.

3) Страховой рынок — валютные условия в связи с покупкой и продажей страховых услуг (основная цель — защита рисков).

4) Валютный рынок — финансовые отношения, возникающие при совершении сделок по покупке или продаже иностранной валюты, платежных документов в иностранной валюте и операций по движению капитала иностранным инвесторам.

5) Рынок драгоценных металлов — финансовые требования по купле-продаже драгоценных металлов и финансовых инструментов на их основе.

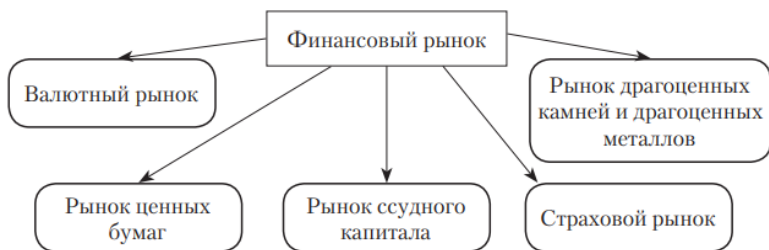


Рисунок 1. Структура финансового рынка

Финансовый рынок можно рассмотреть двумя способами:

1) институциональный (то есть через финансовые институты и консолидацию долга, перераспределение и краткосрочные инвестиции);

2) функциональный (соотношение спроса и предложения на финансовые ресурсы) [4].

Обобщая существующие определения, можно сказать, что финансовый рынок является финансовым институтом, который обеспечивает накопление, перераспределение и инвестирование корпораций, банков, финансовых учреждений и кредиторов путем интеграции и приобретения финансовых инструментов.

Цель финансового рынка состоит в том, чтобы обеспечить эффективный сбор ресурсов и интегрировать в структуры необходимые для финансовых ресурсов. В данном случае под эффективностью понимается:

- 1) кратчайший срок с момента их выставления на продажу до момента их покупки и выпуска в обращение;
- 2) минимальная разница между ценой, по которой основной владелец продает ресурсы, и ценой, по которой их покупает конечный потребитель [5].

Механизм функционирования финансового рынка — совокупность функционального и институционального содержания финансового рынка (рисунок 2).

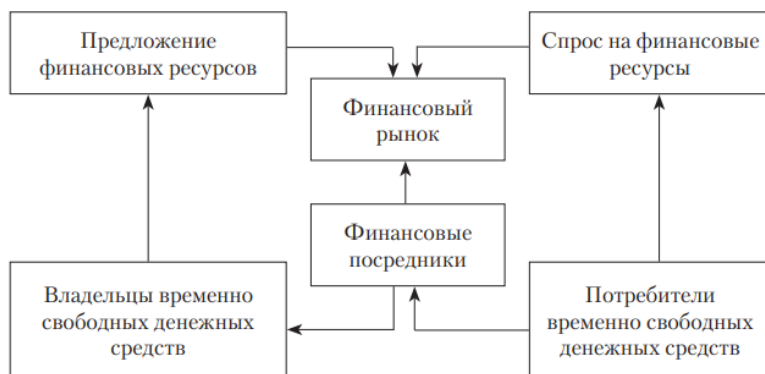


Рисунок 2. Механизм функционирования финансового рынка

Роль финансового рынка в экономическом развитии:

1. Успешные финансовые рынки ведут к экономическому росту и повышению уровня жизни граждан.
2. Финансовые рынки позволяют клиентам финансовых услуг вовремя перераспределять свои доходы, управлять сбережениями и затратами.
3. Финансовые рынки создают возможности для превращения накопленных сбережений в источник долга и справедливого инвестирования для бизнеса, что, в свою очередь, способствует экономическому развитию.
4. Финансовый рынок предоставляет участникам финансовых отношений инструменты управления рисками.

Российский финансовый рынок представляет собой уникально обновленную рыночную модель, основанную на высококонкурентном, развитом финансовом рынке, на котором большинство крупнейших отечественных компаний финансируются иностранцами. Развитие финансового рынка — одна из целей деятельности Банка России в соответствии с Федеральным законом «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» [1].

В 2019-2021 годах на развитие российского финансового рынка большое влияние оказали макроэкономические, технические и социальные факторы как в стране, так и в мире, а также экономическая политика Правительства Российской Федерации и Банка, которые в значительной мере формировались из-за пандемии коронавируса. В этот период на российском финансовом рынке появились или были сильны тенденции, которые во многом будут определять его развитие в ближайшие годы. К ним относятся быстрая цифровизация и трансформация экосистемы, а также большой приток граждан на рынки капитала. В то же время при внедрении масштабных цифровых технологий обработки и производства на финансовых рынках, а также создании экосистем и интеграции крупных технологических компаний в финансовые рынки наиболее глобальные тенденции налицо, будет огромный поток с миллионами новых частных клиентов на рынках капитала и активным участием банка в формировании трендов экосистемы, особенно в России.

Во время экономического кризиса, вызванного коронавирусом, российские финансовые рынки показали свою устойчивость, способность поддерживать экономику и выступать в качестве инструмента антикризисных мер правительства. Во многом это стало возможным благодаря проводимой Банком России в прошлом году политике по очистке финансовой системы от слабых и неподходящих игроков, а также повышению устойчивости финансовых посредников к различным категориям шоков.

С учетом событий 2022 года и проводимых изменений по обеспечению защиты прав потребителей и инвесторов Банк России видит решение этих задач в качестве приоритетных:

1. Создание информированного принятия решений для потребителей и инвесторов при использовании финансовых продуктов, инструментов и услуг.

Выбор граждан в пользу конкретных финансовых продуктов и услуг, а также ожидания от их использования основаны на двух основных факторах:

- содержание, форма и сроки предоставления информации потребителям и инвесторам в области финансов и операций;
- финансовая дисциплина, финансовый уровень, в том числе инвестиционный грамотность граждан и практический опыт работы с финансовыми инструментами.

По этой причине Банк России нацелен на повышение качества потребительской информации, которую граждане получают от финансовых организаций, во-вторых, повышает готовность материалов для обучения, а не практических знаний и опыта использования финансов. Продукты, в том числе инвестиционные инструменты, и, наконец, просто публичная информация о мошенничестве и нечестных финансовых операциях. Риски и убытки, которые могут возникнуть в результате использования финансо-

вых услуг, финансовые услуги, возможности и особенности каждого человека.

2. Стимулирование поставщиков финансовых услуг к разработке долгосрочных стратегий для повышения удовлетворенности клиентов и надежности.

Предпосылкой осведомленности потребителей и уважения их прав финансовыми учреждениями может быть только их сосредоточенность на продвижении долгосрочных и построении доверительных отношений с потребителями финансовых продуктов и услуг. Если задача повышения удовлетворенности и лояльности клиентов станет частью корпоративной стратегии и практики компании на всех уровнях, эта работа не будет противоречить цели получения прибыли, как в краткосрочной перспективе. Поэтому Банк России будет создавать стимулы для улучшения обслуживания клиентов поставщиков финансовых услуг, а также содействовать развитию и распространению передового опыта в стране.

3. Повышение эффективности мер по борьбе с неправомерной практикой и незаконной деятельностью.

С развитием финансовых рынков, появлением новых инструментов, внедрением цифровых онлайн-технологий, усилением внешних эффектов финансовых транзакций, объем работы по защите потребителей финансовых услуг от недобросовестных, незаконных практик расширяется. Для решения этой проблемы регулирующим и финансовым посредникам необходимо разработать соответствующие динамичные меры для предотвращения постоянно меняющихся моделей незаконной деятельности, а также активно взаимодействовать с правоохранительными органами [7].

Одним из стратегических направлений Банка России является достижение консенсуса по внедрению новых технологий и поддержке новых разработок в финансовой сфере.

Цифровизация способствует появлению новых бизнес-моделей, финансовой интеграции, повышает производительность в финансовом секторе и положительно влияет на конкурентную среду, а также усиливает роль рынков капитала, помогая крупным розничным инвесторам торговать долевыми активами. В то же время использование цифровых технологий меняет границы рынка: выстраивание экосистем вокруг финансовых институтов, повышение роли нефинансовых институтов и повышение значимости крупных технологических компаний с большой клиентской базой.

Ключевые направления цифровизации финансового рынка на период 2022-2024 гг.:

1. Регуляторный процесс.
2. Реализация инфраструктурных проектов.
3. Внедрение SupTech- и RegTech-решений.
4. Разработка экспериментальной правовой системы.
5. Обеспечение информационной безопасности.

В эпоху цифровой трансформации финансовых рынков одной из основных задач Банка России будет обеспечение устойчивого роста доступности финансовых услуг для граждан и бизнеса.

Банк России выделяет следующие ключевые действия по повышению доступности финансовых услуг:

1. Снижение риска цифрового неравенства, улучшение кибербезопасности, повышение доступности физических и диверсифицированных финансовых услуг за счет развития каналов онлайн-обслуживания для населения и бизнеса.

2. Расширить возможности взыскания долгов и финансирования для компаний.

Решение данных задач будет способствовать совершенствованию финансового рынка России.

Таким образом, в современной экономике происходят серьезные изменения в институциональных структурах и механизмах управления, соответственно меняются и связи между секторами. Финансовый рынок меняется быстрее всех остальных элементов экономики страны, принося как новые выгоды, так и новые риски участникам рынка.

Библиографический список

1. Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» от 10.07.2002 № 86-ФЗ.
2. Корпоративное право: Учебный курс. В 2 т. Т. 2: Учебно-методическое пособие / Шиткина И.С. – М.: Статут, 2017. – 990 с.
3. Нешитой, А. С. Финансы и кредит: учебник / А. С. Нешитой. – 7-е изд., стер. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. — 576 с.
4. Финансовые рынки и институты: учебное пособие / Е. Г. Князева, Е. А. Разумовская, М. И. Львова, Н. Н. Мокеева, О. В. Толмачева; под общ. ред. О. В. Толмачевой; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020 — 96 с.
5. Финансы: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, специальности «Финансы и кредит» / под ред. Г.Б. Поляка. — 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 735 с.
6. Экономика и бухгалтерский учет. Общепрофессиональные дисциплины: учебник / М.Ю. Елицур, В.П. Наумов, О.М. Носова, М.В. Фролова. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021. – 544 с.
7. Развитие финансового рынка / Банк России // [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.cbr.ru/develop/> (дата обращения: 20.04.2022).

УДК 336

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВОГО РЫНКА

Тимохина В.Е бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе рассмотрены основные тенденции цифровизации финансового рынка Российской Федерации. Определено значение цифровых технологий в развитии финансового рынка. Исследовано положение России в области цифровизации финансовых рынков. Изучены вопросы регулирования финансового рынка. Определены основные направления цифровизации финансового рынка. Выявлены проблемы, сдерживающие повышение эффективности цифровизации финансовых рынков.

Ключевые слова: цифровизация, финансовые технологии, финансовые рынки, цифровые технологии, финансовые инструменты, ФинТех, Биг Дата, искусственный интеллект, блокчейн, криптовалюта, Центральный Банк Российской Федерации, санкции.

IMPACT OF DIGITALIZATION ON THE DEVELOPMENT OF THE FINANCIAL MARKET

Timokhina V.E. bachelor's degree of the 2nd year

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

Annotation. The paper considers the main indicators of the financial market of the Russian Federation. Certain digital technologies in the development of the financial market. The position of Russia in the field of digital financial markets has been studied. The issues of regulation of the financial market have been studied. The main directions of digitalization of the financial market are determined. The problems that hold back the increase in the efficiency of digitalization of financial markets are identified.

Keywords: digitalization, financial technologies, financial markets, digital technologies, financial instruments, FinTech, Big Data, Artificial Intelligence, blockchain, cryptocurrency, Central Bank of the Russian Federation, sanctions.

На сегодняшний день цифровизация является самым глобальным процессом, который затрагивает все сектора экономики. Важно отметить, что переход на «цифру» становится важнейший фактором поддержания конкурентоспособности страны на мировых финансовых рынках. Такие страны как Индия, Швеция, Китая и т.п. создают весьма благоприятные условия для развития инноваций, а исходя из этого становятся инвестиционно-привлекательными. Инвестиции в высокотехнологичные отрасли страны сказываются на экономическом росте, в ключе его роста. В Центральном Банке Российской Федерации отмечается, что определять международную конкурентоспособность будут именно те компании (государства), которые эффективно используют современные цифровые технологии.

Финансовый рынок начал одним из первых внедрять цифровые технологии в свою работу. Главным толчком к развитию финансового рынка, в ключе внедрения современных цифровых технологий, в последние несколько лет можно считать пандемию, вызванную распространением заболевания COVID-19. Ввиду ограничений для бизнеса по всему миру, пред-

принимателям ничего не оставалось, как полноценно переходить в «онлайн», тем самым развивая как финансовый рынок, так и финансовую культуру граждан.

В процессе развития мировой цифровой экономики, происходили замещения финансовыми технологиями (далее – FinTech) наиболее крупных финансовых институтов. Стоит отметить, что FinTech – инновационные финансовые технологии, услуги и сервисы. К такому рода продуктам относят: Big Data, Artificial Intelligence, передовые мобильные технологии, биометрия роботизация и т.д. Справедливо отметить, что рынок финансовых технологий сегодня является самым быстрорастущим в мире. Цифровые технологии позволяют повышать эффективность создания финансовых продуктов в различных сегментах финансового рынка за счет автоматизации широкого спектра финансовой деятельности.

Российская Федерация не отстает от современных темпов развития финансового рынка. Так, в частности, до пандемии Россия занимала третье место по уровню проникновения финансовых технологий. После 2020 года Российская Федерация вошла в ТОП-10 стран по лидерам цифрового банкинга. Во многом это заслуга АО «Тинькофф банк», лидера цифрового банкинга. К слову, нельзя не отметить заслугу других отечественных банков, которые в погоне за привлекательностью среди потребителей, копировали и пытались воссоздать собственную экосистему АО «Тинькофф Банка», что также положило начало колоссальному развитию отечественного банкинга.

В качестве основных трендов цифровизации финансовых рынков можно выделить:

- 1) удаленное взаимодействие клиента с организацией;
- 2) перевод практических всех финансовых услуг в «онлайн»;
- 3) стандартизация и автоматизация операций бизнеса;
- 4) использование аналитических мощностей Big Data и Artificial Intelligence;
- 5) использование технологий Blockchain;
- 6) трансграничность и повсеместность оказания и получения финансовых услуг.

Одним из результатов процесса цифровой трансформации является переход на платформенные модели и экосистемы. Цифровая платформа представляет собой совокупность информационных систем, которые обеспечивают функции взаимосвязи между участниками рынков. Цифровые платформы формируют цифровую структуру рынков, устраняют посредников и позволяют снижать транзакционные издержки. Изначально цифровые платформы были привилегией только крупных высокотехнологичных компаний, но затем стали доступны для широкого круга участников.

Наиболее заметным трендом в настоящее время является цифровизация банковского сектора. Все российские банки в той или иной степени

уже приступили к внедрению достижения отрасли FinTech. Однако цифровая трансформация является достаточно затратным процессом. Так, в частности, большинство российских банков не могут себе позволить FinTech. Для этого существует несколько предпосылок:

Во-первых, крупная монополия Сбербанка, в том числе высокие показатели чистой прибыли банка позволяют ему внедрять и развивать новые технологии.

Во-вторых, зарубежные санкции. Особое влияние оказывают санкции, представленные в 2022 году. В настоящее время Россия способна лишь покупать технологии и применять их у себя, а ввиду того, что доступ ко всем развитым рынкам сейчас ограничен, такой возможности не будет. Существует два выхода из ситуации, либо развивать собственный FinTech, либо остановиться полностью в этой сфере на современном этапе развития.

Отметим, что цифровизация банковского сектора происходит крайне неравномерно, что обусловлено высокой концентрацией активов и капитала в пяти крупнейших банках.

Для того, чтобы внедрение цифровых технологий принесло экономический эффект на макроуровне и на уровне отдельных участников финансового рынка Российской Федерации необходима экономическая политика государства. Однако в настоящее время практически отсутствуют измеримые показатели эффективности цифровой трансформации. В научной литературе не сформулировано единое понимание к сущности цифровизации, что осложняет исследование происходящих изменений и препятствует разработке эффективных стратегий для финансовых организаций в условиях цифровой трансформации. Отсутствуют модели, которые систематизировано описывали бы сущность цифровой трансформации.

Цифровизация финансовых рынков поставила новые задачи перед государством. Появились финансовые инструменты, которые не подпадают под действие существующего нормативно-правового регулирования и требуют внесения изменений в законодательство. Возникновение технологии блокчейн оказало революционное воздействие на различные сегменты финансового рынка, что повлекло необходимость к изменению подхода к правовому регулированию. Стремительный рост рынка криптовалют в мире, и Российской Федерации в частности, требует создания механизмов его регулирования, так как он начинает оказывать существенное воздействие на сферу денежно-кредитного обращения.

Совокупный мировой объем капитализации криптовалют на начало 2022 года достиг 2,3 трлн долл. США, - примерно 1% финансовых активов всего мира. Граждане Российской Федерации также являются активными пользователями интернет-платформ, которые осуществляют торговлю криптовалютой. Однако, важно отметить, что ввиду глобальных санкций граждане России подверглись жестокой дискриминации со стороны круп-

нейшей крипто-биржи «Binance». Многие счета попросту были заморожены, а крипто-валюта была списана в пользу украинских беженцев на территории Европы. Такие мероприятия лишь негативно сказываются на развитии FinTech в Российской Федерации, однако, наша страна по итогам 2021 года вошла и остается в 2022 году в числе лидеров по объему мировых майнинговых мощностей.

Исходя из данных Центрального Банка Российской Федерации – распространение криптовалют на территории государства может являться угрозой, в первую очередь, для благосостояния граждан, а также угрозой для стабильности финансовой системы России. При этом в отношении регулирования криптовалют в нашей стране пока нет законодательной определенности. Однако, общее настроение в контексте криптовалют в России позитивное. Если ещё пару лет назад были заявления о том, что криптовалюта является полноценной угрозой и должна быть под запретом, то сейчас же на законодательном уровне начинают рассматривать этот вопрос в ключе регулирования. Об этом заявлял и лично Президент Российской Федерации.

Однако, благоприятного пути развития для криптовалют в России не наблюдается. В январе 2022 года Центральный банк Российской Федерации, как мегарегулятор финансового рынка, выступил с инициативой запрета на использование криптовалюты в качестве средства платежа за товары, работы и услуги, продаваемые и покупаемые юридическими и физическими лицами – резидентами Российской Федерации.

Содействие цифровизации финансового рынка и экономики в целом является одной из стратегических задач Банка России. С этой целью в 2022 году Банком России определены основные направления цифровизации финансового рынка на период 2022 - 2024 годов, которые включают в себя:

- 1) развитие регулирования;
- 2) реализация инфраструктурных проектов, которые включают биометрию, Цифровой рубль, «СБП», «МИР», и т.д.;
- 3) «RegTech», «SupTech»;
- 4) экспериментальные правовые режимы;
- 5) информационная безопасность.

Несмотря на активное содействие государства в развитии цифровизации финансового рынка, для повышения эффективности использования цифровых технологий необходимо устранить ряд проблем:

- 1) низкая финансовая грамотность населения и потребителей цифровых услуг в частности;
- 2) недостаточно развитая инфраструктура;
- 3) риск возникновения монополий, который заключается в возможном исчезновении малых и средних участников финансовых рынков;
- 4) риск роста противоправных действий в цифровой сфере.

Подводя итоги проведенного исследования необходимо отметить, что масштабные процессы цифровизации финансовых рынков требуют разработки новых научных подходов к изучению влияния и оценке эффективности цифровизации финансового сектора.

Библиографический список

1. Блажевич О.Г., Сафонова Н.С. Особенности развития финансового рынка в условиях цифровизации // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2021. №1/2021. С. 106-124.
2. Галанов В.А. Финансовая грамотность, финансовая вера и финансовое мошенничество / В.А. Галанов, А.В. Галанова / Вестник российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – Москва, 2020. С. 157-165.
3. Гамза В.А. Цифровая трансформация финансовых рынков. [Электронный ресурс] – URL: [http://www.fa.ru/org/dep/frib/Documents/Гамза В.А. Цифровая трансформация финансовых рынков.pdf](http://www.fa.ru/org/dep/frib/Documents/Гамза%20В.А.%20Цифровая%20трансформация%20финансовых%20рынков.pdf). (Дата обращения: 28.04.2022).
4. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации: «Основные направления развития финансовых технологий на период 2018 – 2020 годов» [Электронный ресурс] – URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/84852/ON_FinTex_2017.pdf. (Дата обращения: 28.04.2022).
5. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации: «Основные направления цифровизации финансового рынка на период 2022 – 2024 годов» [Электронный ресурс] – URL: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/131360/oncfr_2022-2024.pdf (Дата обращения: 28.04.2022).

УДК 336.22

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ АКТИВЫ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В РАМКАХ СЕМЕЙНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Трубецких Ю.А. магистрант 1-го курса

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

Аннотация: В работе освещены особенности налогообложения финансовой деятельности физических лиц в разрезе семейных отношений. Рассмотрены спорные моменты российского налогового законодательства в отношении финансовых активов как совместного имущества супругов.

Ключевые слова: инвестиционные активы, налог на доходы физических лиц, семейные отношения, брачный договор.

INVESTMENT ASSETS OF INDIVIDUALS WITHIN FAMILY RELATIONSHIPS

Trubetskikh Yu.A. master's student of the 1st year

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

Abstract: The article talks about the peculiarities of taxation of the financial activities of individuals within family relations. The controversial points of the Russian tax legislation concerning the financial assets of the spouses are analyzed.

Keywords: investment assets, personal income tax, family relations, marriage contract.

Повышение количества частных инвесторов на российском рынке за последние годы все чаще заставляет обратить внимание на особенности налогового законодательства в данной сфере. Особенно активно поднимаются вопросы, касающиеся налогообложения инвестиций в рамках семейных отношений: разделение активов и денежных средств между супругами, особенности налогообложения унаследованных ценных бумаг и производных финансовых инструментов, особенности применения налоговых вычетов. Поскольку количество инвесторов, как и количество вышеуказанных вопросов только растет, актуальность данной темы только набирает обороты. В данной статье хотелось бы осветить ряд вопросов касающихся особенностей налогообложения инвестиционной деятельности в разрезе семейных отношений и обратить внимание на те нормы законодательства, которые до сих пор остаются спорными или не в достаточной мере позволяют дать однозначный ответ вопрос, касающийся поднимаемой темы.

Начать следует с вопроса о разделе активов между супругами, поскольку именно он все чаще стал волновать частных инвесторов, недавно вышедших на рынок и начавших активную инвестиционную деятельность. Активы, которые приобретает инвестор на рынке, являются его имуществом. Согласно положениям Семейного кодекса РФ (СК РФ), имущество, которое принадлежало или было приобретено супругом до вступления в брак является его собственностью [7]. Соответственно, если супруги принимают решение о расторжении брака, то активы, которые приобрел инвестор до брака, полностью признаются имуществом того супруга, который эти активы когда-то приобрел. Также важно отметить, что, если ценные бумаги или производные финансовые инструменты были получены супругом уже во время брака в порядке наследования или дарения, такое имущество также полностью остается за его владельцем, и второй супруг не имеет права на него претендовать, если иное не предусмотрено брачным договором. В данном случае ситуация довольно ясна и понятна и деления имущества в таком случае проблем почти не возникает, дату приобретения можно отследить из брокерского отчета или запросить через брокера выписку по счету депо. На практике в рамках судебных разбирательств чаще делят не денежные средства, а именно ценные бумаги, поскольку по ним проще определить, когда и за какую сумму они были приобретены (например, отчет от брокера, содержащий информацию о датах операций).

Более сложная ситуация обстоит с имуществом, которое приобретается во время брака. Исходя из положений СК РФ, имущество, нажитое

супругами во время брака, является их совместной собственностью, в связи с чем, такие активы при разводе делятся равными долями между бывшими супругами. Из положений законодательной базы в разряд общего имущества входят: движимые и недвижимые вещи, ценные бумаги, паи, вклады, доли в капитале, внесенные в кредитные учреждения или в иные коммерческие организации, и любое другое нажитое супругами имущество в период брака. В данном случае хотелось бы подчеркнуть тот факт, что законодательством предусмотрено наличие вещей индивидуального использования, которые соответственно после развода в любом случае достаются их владельцу, к таким вещам относятся одежда, обувь и т. д. (кроме драгоценностей и предметов роскоши). Раздел приобретенных во время брака активов имеет под собой уже больше практических сложностей, поскольку в судебных разбирательствах стороны все чаще указывают на тот факт, что ценные бумаги были приобретены из собственных денежных средств одного из супругов на лицевом счете, принадлежащем конкретному супругу. Однако данная позиция почти всегда оказывается проигрышной. Ссылаясь на положения п. 2 ст. 34 Семейного кодекса РФ, Верховный суд приходит к выводу о том, что сам по себе факт открытия лицевых счетов на имя одного из супругов и приобретения им акций или иных ценных бумаг, не свидетельствует о достижении супругами соглашения, что находящиеся и приобретаемые впоследствии за счет общих средств ценные бумаги являются собственностью того супруга, на лицевом счете которого числятся приобретенные ценные бумаги [6].

Это также касается не только открытых брокерских счетов и активов, которые на них числятся, но и денежных средства, хранящихся на вкладе или брокерском счете; они также относятся к совместно нажитому имуществу, конечно, если денежные средства вносились на счет во время брака. На практике, естественно, имеют место и более сложные ситуации. Например, если депозит был открыт одним из супругов до вступления в брак, а затем после вступления в брачные отношения счет пополнялся, то при разводе разделу будет подлежать только та часть денежных средств, которая поступила во время брака (в т. ч. проценты). Как и с денежными средствами и активами на брокерском счету, так и на банковском депозите, если физическим лицом осуществлялось большое количество операций, то при разделе придется приложить не мало усилий, для точного раздела. Облегчает процесс разделения имущества в таких ситуациях наличие возможности у большинства банков получить необходимые выписки и документы в электронном виде буквально в один клик.

Все вышеуказанные особенности касаются тех ситуаций, когда супругами заранее не был заключен брачный договор. С целью избежать конфликтных ситуаций и судебных разбирательств на практике все чаще супруги заключают брачный договор. В таком договоре соответственно прописано, как и в каких долях будет делиться добрачное или нажитое в

браке имущество, т. ч. ценные бумаги и производные финансовые активы на брокерских счетах.

Брачный договор представляет собой соглашение лиц, вступающих в брак, или соглашение супругов, определяющее имущественные права и обязанности (ст. 40 СК РФ). В тех случаях, когда супруги хотят особым образом разделить уже имеющееся у каждого имущество или то, которое появится у них в будущем, они должны заключить брачный контракт. В нем можно прописать какая часть имущества будет в полном размере принадлежать одному собственнику, а какая будет разделена и в какой доле.

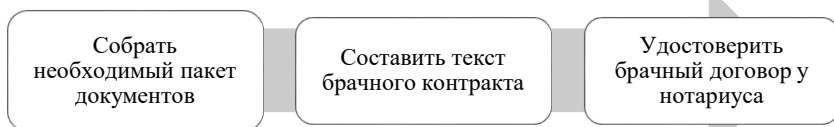


Рисунок 1. Заключение брачного договора

На сегодняшний день в России процедура заключения брачного договора не настолько популярна как за рубежом. В основном такие договора заключаются, если физические лица, вступающие в брак, владеют большим количеством активов и денежных средств. Также будущие супруги не заключают брачный договор из моральных соображений, однако данный способ избежать лишних споров является довольно эффективным и с каждым годом все больше набирает популярность среди россиян.

В рамках семейных отношений часто возникают ситуации, когда необходимо осуществить перевод активов между супругами, и данная процедура вызывает затруднения (в том числе особенности налогообложения) и ряд вопросов, которые сейчас постараемся осветить. Самым удобным и безопасным способом перевода активов является оформление данной процедуры через договор дарения. Согласно российскому законодательству, доходы, полученные в порядке дарения, освобождаются от налогообложения в том случае, если даритель и одаряемый являются членами семьи или близкими родственниками. То есть супруг (близкий родственник) не будет уплачивать налог при получении ценных бумаг или иных активов на брокерский счет [5]. Декларировать такой доход тоже не потребуется. Если одаряемый будет совершать дальнейшую реализацию полученных ценных бумаг, то в расходах на приобретение можно будет учесть расходы дарителя, совершенные при приобретении. Распространяются данные особенности налогообложения на доход, полученный начиная с 1 января 2019 года. Аналогичные правила налогообложения предусмотрены налоговым законодательством в ситуации получения ценных бумаг по наследству.

Также процедуру передачи активов можно оформить через перевод или договор купли-продажи. Однако данные способы имеют ряд

сложностей минусов. Для перевода необходимо открыть счет в том же депозитарии, где хранятся акции супруга (родственника), инвестору необходимо будет подать по своему счету депозитарное поручение на перевод ценных бумаг, а получателю по своему счету — поручение на прием ценных бумаг. При переводе налог не платится, однако при дальнейшей реализации могут возникнуть сложности с учетом расходов, ведь законодательство предусматривает учет расходов именно при дарении и наследовании. При оформлении перевода через договор купли-продажи, покупатель получит доход в тот момент, когда продаст полученные бумаги. Этот доход покупатель должен задекларировать, подав налоговую декларацию по форме 3-НДФЛ по месту постановки на учет (лично в инспекцию или через личный кабинет налогоплательщика). С разницы между суммой договора и суммой, уплаченной при покупке акций, нужно будет заплатить 13% (с 1 января 2021 года -13%/15%) налога. Продавец получит доход в тот момент, когда продаст полученные акции. Доходы, полученные от продажи, будут уменьшены на сумму произведенных ранее расходов. В данном случае сама процедура отчетности при выборе этого варианта оформления процедуры сложнее, чем при дарении.

При оформлении перевода основная сложность заключается в том, что нажитое супругами во время брака имущество — это их совместная собственность. Соответственно, если супруги заключат договор дарения или купли-продажи, получится, что один супруг дарит или продает второму то, что и так находится в собственности второго супруга. Такую сделку могут признать недействительной. В таких ситуациях тоже очень часто облегчает процесс наличие брачного договора. Если общее имущество супругов разделено по соглашению сторон или есть брачный договор, то передать ценные бумаги можно как по договору дарения, так и по договору купли-продажи.



Рисунок 2. Инвестиционные налоговые вычеты [5]

Что касается инвестиционных налоговых вычетов, то в данном случае ситуация обстоит понятнее, чем с переводом активов, поскольку в данном

случае вычет предоставляется конкретному владельцу счета. Инвестор имеет право воспользоваться инвестиционным налоговым вычетом типа А, предусмотренным для индивидуального инвестиционного счета, если соблюдены все условия предоставления вычета. Получение вычета по ИИС типа А возможно при условии, что за соответствующий год владельцем ИИС была уплачена соответствующая вычету сумма налога в бюджет РФ [1]. При этом, начиная с 1 января 2021 года, для получения вычета налог должен быть уплачен с основной налоговой базы (абз. 2 п. 3 ст. 210 НК РФ). Доходы, не относящиеся к основной налоговой базе, поименованы в подп. 1–8 п. 2.1 ст. 210 НК РФ. Соответственно, если в течение года был уплачен налог с основной налоговой базы (с доходов, не поименованных в подп. 1–8 п. 2.1 ст. 210 НК РФ, например был уплачен налог с заработной платы, дохода в виде процентов по вкладам и другое), то можно применить вычет по ИИС типа А. При этом важно отметить, что, если ИИС будет закрыт до того, как с момента его открытия пройдет три года, право на вычет утрачивается.

Также хочется обратить внимание, что с 21 мая 2021 года вступили в силу изменения законодательства, предусматривающие возможность получения вычетов по НДФЛ в упрощенном порядке, без необходимости направления в налоговые органы декларации 3-НДФЛ и подтверждающих документов. В частности, предусмотрен упрощенный порядок получения вычета по ИИС типа А (п. 6 п. 3 ст. 219.1 НК РФ). В упрощенном порядке данный вычет предоставляется на основании заявления налогоплательщика по окончании налогового периода. Налоговый орган размещает в ЛК налогоплательщика данные для заполнения такого заявления в срок не позднее 20 марта года, следующего за истекшим налоговым периодом.

Льгота на долгосрочное владение, как и вычет по ИИС типа Б при соблюдении всех необходимых условий, предусмотренных налоговым законодательством, предоставляются брокерами автоматически. Перенос убытков прошлых лет осуществляется налогоплательщиком самостоятельно на основании декларации в рамках принадлежащего ему счета. Налоговым законодательством не предусмотрено разделение инвестиционных вычетов, в отличие от имущественных вычетов, в рамках семейных отношений и совместной собственности супругов. То есть претендовать на вычет может каждый из супругов в рамках того брокерского или инвестиционного счета, которые открыты на его имя.

Не стоит забывать и еще об освобождении от уплаты налога при владении ценными бумагами более 5 лет. Данная льгота распространяется на доход от реализации (погашения) долей участия в уставном капитале российских организаций, а также на дохода от реализации (погашения) акций (долей участия в уставном капитале) российских организаций и (или) иностранных организаций, при условии, что эти акции (доли) составляют уставный капитал таких организаций, не более 50% активов которых, по

данным финансовой отчетности на последний день месяца, предшествующего месяцу реализации, прямо или косвенно состоит из недвижимого имущества, находящегося на территории РФ. Данная льгота также предоставляется брокером каждому налогоплательщику, который имеет на нее право, в рамках принадлежащего ему брокерского счета или счета ИИС, т. е. данный вычет не делится между супругами.

Тут хочется обратить внимание на тот факт, что в Российской Федерации на данный момент брокерские счета и счета ИИС открываются на одно конкретное физическое лицо. При этом в международной практике есть брокеры, которые позволяют вести совместный счет нескольких физических лиц. В российской практике пока нет единой позиции по вопросу того, как в таком случае должны рассчитываться льготы, поскольку нет опыта с брокерскими (инвестиционными) счетами, зарегистрированными на нескольких владельцев.

Учитывая тот факт, насколько высокими темпами растет количество частных инвесторов на российском рынке, совершенствование законодательной базы в отношении раздела имущества и особенностей налогообложения активов как никогда актуальны. В частности, возможно закрепление на законодательном уровне тот факт, что открытие брокерского счета на имя одного из супругов не присваивает приобретенные во время брака ценные бумаги супругу, на имя которого открыт счет. Также хотелось бы отметить, что при введении конкретного и законодательно установленного порядка перевода ценных бумаг между супругами, могло бы помочь избежать ряда судебных споров и разбирательств. Инвестиционный рынок активно растет, в связи с чем особенности инвестиционной деятельности в рамках семейных отношений нуждаются в совершенствовании законодательства и установлении четких, справедливых и понятных норм.

Библиографический список

1. Балдина Е.И., Машенцева Г.А., Индивидуальный инвестиционный счет как разновидность брокерского счета в России [Текст]: статья в журнале / Е.И. Балдина, Г.А. Машенцева // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 2. – С. 18–25.
2. Барынькина Н.П., Миль И.К. Индивидуальный инвестиционный счет как перспективный инструмент частного инвестирования и сбережений [Текст]: статья в журнале / Н.П. Барынькина, И.К. Миль // Экономические и гуманитарные науки. – 2021. – № 2. – С. 53 - 60.
3. Беломытцева О.С., К вопросу об эффективности индивидуальных инвестиционных счетов в РФ [Текст]: статья в журнале / О.С. Беломытцева // Налоги и налогообложение. – 2020. – № 5. – С. 47 - 60.
4. Гончаренко Л.И., Грунина Д.К. Налогообложение физических лиц [Текст]: учебник и практикум для вузов/Л.И. Гончаренко, Д.К. Грунина– М.: Юрайт, 2022. — 310 с.

5. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 146-ФЗ: часть вторая (ред. от 26.03.2022) [Электронный ресурс] // Справочная правовая система КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 17.04.2022).
6. Определение Верховного Суда РФ от 24.10.2017 N 57-КГ17-17 // Справочная правовая система КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 17.04.2022).
7. Письмо Минфина России от 24.02.2021 N 03-04-06/12569 «Об НДФЛ при получении имущества в дар, выигрышей и призов в конкурсах, проводимых в рекламных целях, дивидендов от долевого участия в российской организации, а также об НДФЛ с доходов нерезидентов РФ» [Электронный ресурс] // Справочная правовая система КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 10.04.2022).
8. Семейный кодекс Российской Федерации от 29.12.1995 № 223-ФЗ (ред. от 02.07.2021) // Справочная правовая система КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 17.04.2022).

УДК 336.22

НАЛОГОВЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ИНВЕСТОРУ

Трубецких Ю.А. магистрант 1-го курса

*Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация: В статье проанализированы основные налоговые последствия инвестиционной деятельности. Рассмотрены основные рекомендации для инвестора с целью уменьшения налоговых обязательств. Разобраны налоговые льготы для частных инвесторов.

Ключевые слова: инвестор, налоговые льготы, инвестиционная деятельность, налоговые обязательства инвестора.

TAX ADVICE TO INVESTOR

Trubetskikh Yu.A. master's student of the 1st year

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

Abstract: The article analyzes the main tax implications of investment activities. The main recommendations for the investor to reduce tax liabilities are considered. Tax incentives for private investors have been analyzed.

Keywords: investor, tax benefits, investment activity, tax liability of the investor.

Начиная с 2020 года, огромное количество новостных и статистических изданий сообщают о притоке частных инвесторов (физических лиц) на финансовый рынок. В 2021 году продолжался массовый выход инвесторов на фондовый рынок. Такому подъему способствовали низкие процентные ставки в начале 2021 года, рост популярности фондового рынка, упрощение доступа к торгам на бирже. Сегодня брокерский счет можно открыть онлайн за пару минут, а сделки можно совершать через мобиль-

ное приложение. По наблюдениям аналитиков инвесторы все чаще вкладываются в иностранные акции.

Таблица 1. Рейтинг участников торгов по количеству активных клиентов (по состоянию на декабрь 2021 года) [5]

Позиция в рейтинге	Наименование Дилера
1	АО "Тинькофф Банк"
2	ВТБ
3	АО "АЛЬФА-БАНК"
4	ФГ БКС
5	ФИНАМ

Сегодня Налоговый кодекс содержит ряд спорных положений, которые брокеры трактуют по-разному. В связи с таким активным участием частных лиц в торгах на бирже, далее хотелось бы рассмотреть основные моменты в налогообложении инвестиционной деятельности физических лиц и дать несколько налоговых советов инвесторам.

По большинству видов дохода налоговым агентом физического лица выступает брокер, т.е. брокер исчислит, удержит и перечислит налог на доходы физических лиц в налоговые органы вместо частного инвестора. Брокер определяет налоговый статус инвестора по итогам отчетного периода, то есть по окончании календарного года. Необходимо проверить количество фактически проведенных дней на территории РФ в отчетном календарном году. Если инвестор провел на территории РФ 183 дня и более, инвестор будет признан налоговым резидентом России, соответственно, в отношении доходов, полученных инвестором, будут применены ставки, предусмотренные для налоговых резидентов. Если же инвестор провел в РФ меньше 183-х дней, то брокером будут применены повышенные ставки, предусмотренные для нерезидентов РФ [3]. При этом важно отметить, что необходимо предоставить брокеру документы, подтверждающие статус налогового нерезидента РФ для корректного расчета налога.

Перечень документов, подтверждающих фактическое нахождение физических лиц в РФ и за пределами РФ, Налоговым Кодексом РФ не установлен. В таком случае необходимо уточнять у брокера, какие именно документы и в какие сроки надо предоставить. Важно, чтобы по таким документам можно было определить фактическое нахождение физического лица в РФ и за пределами РФ. Это могут быть такие документы как: копия заграничного паспорта с отметками пограничного пропускного контроля о выезде из РФ и въезде в РФ; копия вида на жительство или иного документа, выданных иностранным государством и подтверждающих постоянное проживание за рубежом; справка о постановке на консульский учет.

Важно понимать, что ставки по НДФЛ для нерезидентов РФ, при получении дохода на российском брокерском счете, значительно выше, чем для резидентов:

- 30% - доходы от реализации ценных бумаг;
- 30% - купонный доход по российским облигациям;
- 30% - купонный доход по иностранным облигациям, если облигации, по которым поступают купоны, будут реализованы в отчетном налоговом периоде. В случае, если облигации, по которым выплачиваются купоны, не будут реализованы в отчетном налоговом периоде – 0%;
- 15% - дивиденды по российским акциям;
- 0% - Дивиденды по иностранным цб - 0%, т. к. брокер не является источником дохода в РФ для целей удержания НДФЛ.

Также нужно обратить внимание на то, что инвестор по итогам отчетного года может быть признан налоговым нерезидентом РФ и при этом иметь статус налогового резидента иностранного государства. Если с этим иностранным государством у РФ имеется действующее соглашение об избежании двойного налогообложения (СОИДН), то в целях применения льготных ставок в соответствии с положениями СОИДН инвестору также необходимо предоставить брокеру документы, подтверждающие статус налогового резидента иностранного государства.

Стоит обратить внимание на наличие рублевых денежных средств на счете. Брокер удерживает налог в конце года, т.е. 31 декабря. Если на счету не окажется рублей, брокер спишет сумму налога в январе. В том случае, если рубли не поступят на счет и в январе, то налоговый агент либо не удержит налог, либо удержит не полностью, тогда в инспекцию до 1 марта будет направлена справка 2-НДФЛ. Далее инспекция направит уведомление об уплате налога, который инвестору необходимо уплатить до 1 декабря года, следящего за отчетным.

Одним из самых эффективных методов снижения налоговых обязательств являются налоговые льготы. Начать хотелось бы с льготы на долгосрочное владение ценными бумагами (ЛДВ). Под ЛДВ попадают ценные бумаги (акции, облигации, ETF, паи открытых ПИФов, депозитарные расписки), в т. ч. иностранные ценные бумаги, которые торгуются на российских биржах, которые соответствуют следующим условиям:

- ценные бумаги приобретены после 1 января 2014 г.;
- ценные бумаги должны обязательно торговаться на российских биржах (Санкт-Петербургская и Московская биржа) на момент реализации;
- находиться в собственности более 3 лет;
- налогоплательщик должен быть резидентом.

На сегодняшний день у всех крупных брокеров применение данной льготы автоматизировано. Если все необходимые условия соблюдены, брокер автоматически применит данную льготу.

Также стоит обратить внимание на использование льготных инструментов. Московская биржа ведет реестр бумаг, относящихся к инновационному сектору. Прибыль от продажи таких бумаг не будет облагаться налогом, если ценные бумаги были у инвестора в собственности больше года и проданы до 1 января 2023 года.

Еще одна льгота, предусмотренная НК РФ, о которой знает далеко не каждый инвестор, - освобождение от уплаты налога при владении ценными бумагами более 5 лет. Данная льгота распространяется на доход от реализации долей участия в уставном капитале российских организаций, а также на доход от реализации акций российских организаций или иностранных организаций, при условии, что эти акции составляют уставный капитал таких организаций, не более 50% активов которых, по данным финансовой отчетности на последний день месяца, предшествующего месяцу реализации, состоит из недвижимого имущества, находящегося на территории РФ [5]. Данная льгота, из-за сложности оценки состава активов, не всеми брокерами применяется автоматически, поэтому инвестору стоит лишний раз обратиться на нее внимание и при необходимости обратиться к своему налоговому агенту с вопросами и уточнениями о применении данного освобождения.

Самыми популярными способами снижения налоговых обязательств являются вычеты по ИИС. Вычет типа «А»: в размере внесенных на ИИС денежных средств [1]. Позволяет инвестору ежегодно возвращать 13% от внесенной на ИИС суммы, но не более 52 тыс. руб. в год. Для получения вычета инвестору необходимо самостоятельно подать декларацию в налоговые органы. Если в декларации заявлен только вычет, она не ограничена сроками подачи. При подаче декларации с заявленным в ней вычетом по ИИС типа А необходимо будет приложить справку об открытии ИИС, а также платежные документы, подтверждающие зачисление денежных средств на ИИС в соответствующем налоговом периоде.

Хочется отметить, что процедура и условия получения вычета по ИИС типа А стремительно меняются. С 21 мая 2021 года вступили в силу изменения российского налогового законодательства, предусматривающие возможность получения вычетов по НДФЛ в упрощенном порядке, т.е. без необходимости направления в налоговые органы декларации 3-НДФЛ и подтверждающих документов. В частности, предусмотрен упрощенный порядок получения вычета по ИИС типа А (п. 6 п. 3 ст. 219.1 НК РФ). В упрощенном порядке данный вычет предоставляется на основании заявления налогоплательщика по окончании налогового периода (календарного года). Налоговый орган размещает в личном кабинете налогоплательщика данные для заполнения такого заявления, инвестору остается лишь зайти, оформить предзаполненную форму и направить ее. Данная функция реализована пока не у всех брокеров, но упрощение процесса получения вычета является положительным аспектом.

Вычет типа «Б» освобождает инвестора от уплаты НДФЛ с дохода от инвестиционной деятельности на ИИС. Применить этот вычет можно не раньше, чем через 3 года после открытия счета. При соблюдении всех условий брокер самостоятельно освободит доход от налога при закрытии счета, но можно получить данный вычет и путем подачи декларации в налоговые органы. При использовании льготы через брокера, у инвестора запрашивают справку, в которой отражено, что ранее вычет типа А не использовался. Данная справка также подтверждает, что в течение этого срока не было открыто других индивидуальных инвестиционных счетов у других брокеров; выдается данная справка налоговыми органами.

Это вообще очень часто встречающаяся на практике проблема, когда неопытный инвестор открывает несколько индивидуальных инвестиционных счетов, сам не осознавая, что в таком случае теряется право на льготы по ИИС. Налоговые органы располагают информацией об открытых у инвестора ИИС, эту информацию им по законодательству обязаны предоставлять брокеры.

Важно отметить, что законодательство все же допускает момент, когда наличие нескольких ИИС не лишает льгот. А именно, в соответствии со ст. 219.1 НК РФ инвестиционный налоговый вычет предоставляется при наличии нескольких ИИС в случае, когда речь идет о прекращении одного договора на ведение ИИС с переводом всех активов на другой ИИС. При этом вычет в таком случае не теряется только если ранее заключенный договор на ведение индивидуального инвестиционного счета прекращен в течение месяца. Так что, если у инвестора открыто несколько ИИС, чтобы получить право на вычеты по ИИС правильнее закрыть имеющийся ИИС и открыть новый (единственный), на который будут переведены все активы.

Таким образом, не обязательно в первый же год владения индивидуальным инвестиционным счетом определяться с типом вычета. Вычет по типу А можно получить за 3 прошедших года (подав декларацию и подтверждающие документы за соответствующие года), поэтому есть время оценить, какой вычет будет более выгодный.

Еще одним способом уменьшения налоговой нагрузки является перенос убытков прошлых лет. Инвестор может перенести убытки по обращающимся инструментам на 10 налоговых периодов вперед, не считая налогового периода, в котором получен переносимый убыток. Таким образом, если ранее у инвестора были зафиксированы убытки за предыдущие налоговые периоды, их можно будет учесть в отчетном прибыльном году, подав декларацию по форме 3-НДФЛ до 30 апреля года, следующего за отчетным.

Также стоит обратить внимание на сальдирование финансовых результатов. Можно произвести сальдирование финансовых результатов между брокерами путем подачи декларации по форме 3-НДФЛ. Если по итогам отчетного периода на счете у одного брокера имеется отрицатель-

ный финансовый результат (убытки), а на счете у другого брокера имеется прибыль, то просальдировав эти финансовые результаты, можно уменьшить общую налогооблагаемую базу. Сальдирование производится на основании декларации, после окончания камеральной налоговой проверки декларации налоговым органом будет осуществлен возврат излишне удержанного налога.

При сальдировании финансовых результатов между несколькими брокерами или при переносе убытков прошлых лет важно обратить внимание, что данные способы уменьшения налоговой нагрузки осуществляются с учетом правил, предусмотренных ст. 214.1 НК РФ.

- Убыток по обращающимся ценным бумагам уменьшает доход по фондовым ПФИ. Если убыток по обращающимся ценным бумагам больше, чем доход по фондовым ПФИ, то оставшуюся часть можно будет перенести на будущий период по обращающимся ценным бумагам.
- Убыток по фондовым ПФИ сальдируется с доходом по прочим ПФИ, если таковой имеется. Затем – с доходом по обращающимся ценным бумагам. Оставшуюся часть убытка тоже можно перенести на будущий период.
- Убыток по прочим ПФИ сальдируется с доходом по фондовым ПФИ. Оставшаяся часть убытка можно будет перенесена на будущий период.
- Если по ПФИ и по обращающимся ценным бумагам получены убытки, такие убытки отдельно переносятся на будущий период.
- Убыток и доход по необращающимся ценным бумагам ни с чем не сальдируются и на будущий период такой убыток не переносится. Исключение составляет лишь тот случай, когда убыток получен по необращающимся ценным бумагам, которые на момент их покупки были обращающимися.

Согласно налоговому законодательству, если необходимо подать декларацию по форме 3-НДФЛ для получения налоговых вычетов, то это можно сделать в любое время в течение 3-х лет с момента уплаты НДФЛ. Таким образом, 31 декабря 2022 года последняя дата, когда можно подать декларацию за 2019 год для получения вычета. Если есть право на получение вычета за данный налоговый период и ранее правом на вычет инвестор не воспользовался, на это стоит обращать внимание.

Если какие-то акции упали в цене, их можно продать с убытком в конце года. Этот убыток уменьшит сумму общего финансового результата по соответствующим бумагам и, соответственно, снизит сумму налога, которая будет рассчитана брокером по окончании налогового периода.

Если в отчетном налоговом периоде был получен купонный доход (с него, соответственно, удержат налог), то, при реализации облигаций в этом же налоговом периоде, купонный доход попадет в налоговую базу по операциям реализации ценных бумаг, доходы просальдируются и налог, уплаченный с купонов, будет учтен в общей налоговой базе [7]. Инвестор

может проанализировать структуру портфеля и рассмотреть возможность продажи облигаций.

Порой грамотное использование налоговых послаблений может в разы увеличить прибыль от инвестиционной деятельности. Повышение инвестиционной деятельности физических лиц и наличие ряда открытых вопросов в отношении налогообложения данной деятельности в рамках российского налогового законодательства заставляет лишний раз подчеркнуть тот факт, что частным инвесторам стоит обращать особое внимание на законодательную базу.

Библиографический список

1. Балдина Е.И., Машенцева Г.А., Индивидуальный инвестиционный счет как разновидность брокерского счета в России [Текст]: статья в журнале / Е.И. Балдина, Г.А. Машенцева // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021.– № 2. – С. 18–25.
2. Заволокина А.Р., Особенности налогообложения инвестиционной деятельности в Российской Федерации [Текст]: статья в журнале / А.Р. Заволокина // Научный аспект. – 2021. - №2. С. 688–690.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 146-ФЗ: часть вторая (ред. от 26.03.2022) [Электронный ресурс] // Справочная правовая система КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 17.04.2022).
4. Официальный сайт Банка России: URL: <http://www.cbr.ru> (дата обращения: 17.04.2022).
5. Официальный сайт Московской биржи: URL: <https://www.moex.com/> (дата обращения: 17.04.2022).
6. Письма Минфина России от 25.10.2021 N 03-03-07/86022, от 21.04.2021 N 03-04-06/30242 [Электронный ресурс] // Справочная правовая система КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 19.04.2022).
7. Письмо Минфина России от 30.12.2020 г. N 03-04-06/116630 [Электронный ресурс] // Справочная правовая система КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 19.04.2022).

УДК 336.7

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ

Трудовая В.В. бакалавр 2-го курса

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

Аннотация. В данной статье рассмотрена актуальная тема о функционировании национальной платежной системы в результате введения в отношении России санкций со стороны стран Запада, что создает угрозу для национальной финансовой безопасности и требует принятия ответных мер в пользу обеспечения финансовой стабильности. В статье будут раскрыты вопросы касательно предпосылок становления национальной платежной системы, ее инфраструктура и эффективность применения.

Ключевые слова: национальная платежная система, безналичный расчет, система быстрых платежей, карты «Мир», финансовые сообщения.

FUNCTIONING OF THE NATIONAL PAYMENT SYSTEM IN CONDITIONS OF SANCTION PRESSURE

Trudovaya V.V. bachelor's degree the 2nd year

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

Abstract. This article discusses the topical issue of the functioning of the national payment system as a result of the imposition of sanctions against Russia by Western countries, which poses a threat to national financial security and requires response measures in favor of ensuring financial stability. The article will reveal questions regarding the prerequisites for the formation of a national payment system, its infrastructure and efficiency of use.

Keywords: national payment system, cashless payment, fast payment system, Mir cards, financial messages.

Жизнь современного человека невозможно представить без расчетов с помощью электронных платежных систем. Это создает массу преимуществ, экономит время, позволяет сократить те издержки, которые появляются при наличном обращении.

Международное экономическое сообщество в рамках упрощения ведения бизнеса, торговли, банковских переводов использует платежные системы Visa и MasterCard, штаб – квартиры которых находятся в США. Существуют также и локальные платежные системы, но большую популярность, в том числе и в России получили именно эти платформы.

В марте 2014 г. в связи с присоединением Крыма к России западными странами были введены санкции в отношении нашей страны. США были введены, запрещающие работу с некоторыми российскими банками. Среди них оказались банки «Россия», «Собинбанк», «Инвесткапиталбанк» и «Северный морской путь». Visa и MasterCard отключили эти банки от своего обслуживания. Именно тогда встал вопрос о безопасности национальной платежной системы и создание альтернативы для внутренней экономики.

Итак, в Федеральном законе №161-ФЗ «О национальной платежной системе» дается следующее толкование: «Национальная платежная система (НПС) — совокупность операторов по переводу денежных средств (включая операторов электронных денежных средств), банковских платежных агентов (субагентов), платежных агентов, организаций федеральной почтовой связи при оказании ими платежных услуг в соответствии с законодательством Российской Федерации, операторов платежных систем, операторов услуг платежной инфраструктуры, операторов услуг информационного обмена, иностранных поставщиков платежных услуг, операторов

иностранных платежных систем, поставщиков платежных приложений (субъекты национальной платежной системы)» [1].

Бесперебойное функционирование НПС обеспечивает Банк России. Это же в свою очередь отражается на состоянии банковского и финансового сектора, способствует поведению денежно – кредитной политики. В связи с этим Банком России разработана своя платежная система (ПС БР), которая является доминирующей в НПС и охватывает более 92 % от всего объема совершаемых платежей.

Функциями ПС БР считается осуществление переводов денежных средств между счетами, открытых в Центробанке; обеспечение реализации механизма платежной системы по сделкам, проводимых на финансовом рынке; обеспечение расчетов при использовании платежных карт [6].

Денежные переводы в рамках ПС БР могут осуществляться с использованием сервисов срочных и несрочных переводов, а так же — системы быстрых платежей, которая вызывает наибольший интерес.

В 2019 г. для упрощения системы расчетов между гражданами и развития финансового рынка была разработана и внедрена система быстрых платежей (СБП), которая позволяет переводить денежные средства по номеру телефона, оплачивать товары и услуги, в том числе через QR-код [8].

СБП — совместный проект Банка России, Национальной системы платежных карт (НСПК) и Ассоциации «ФинТех». Банк России выступает в качестве оператора и расчетного центра СБП, НСПК — операционный платежный и клиринговый центр, а «ФинТех» предоставляет площадку для диалога между участниками СБП.

Данная система позволяет не только сократить время переводов, но и расходы за счет низких комиссий

Изначально к СБП было подключено только 4 банка, в 2022 г. их количество увеличилось до 209. Создание СБП способствовало стимулированию конкуренции на платежном рынке между банками, сокращению издержек по переводу денежных средств. Платежи проходят быстро через такую систему, что способствует минимизации системных рисков в НПС в целом.

Также постоянно растет число пользователей СБП, за счет чего увеличивается количество совершаемых операций.

Как видно из рисунка 1, количество денежных переводов и расчетов имеет восходящую тенденцию с момента приведения сервиса в действие. В 2021 г. число операций через СБП увеличилось почти в 130 раз по сравнению с 2019 г. Объем перевода вырос почти в 85 раз с 2019 г. Значительный отрыв произошел уже в 2020 г. Количество операций выросло в более чем в 16 раз по сравнению с 2019 г., а объем увеличился в почти в 13 раз. Столь высокий разброс можно объяснить тем, что именно в 2020 г. большинство банков перешли на СБП.

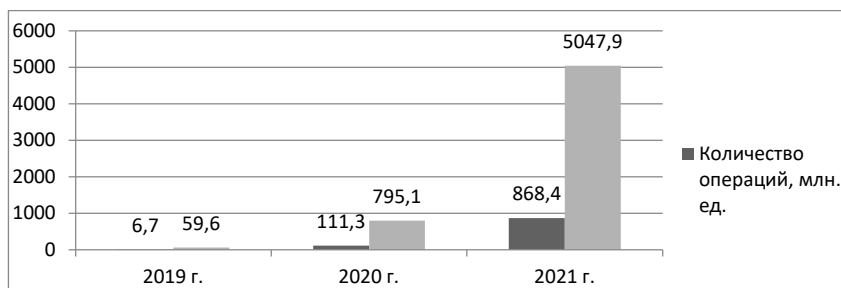


Рисунок 1. Структура переводов денежных средств через СБП за 2019–2021 г.г.

В свете растущего санкционного давления в целях поддержки малого и среднего бизнеса согласно Распоряжению Правительства от 4 марта 2022 г. продлена льготная программа СБП до 1 июля 2022 г., которая была запущена еще летом 2021 г [2]. Только тогда она вводилась в целях поддержки в результате коронавируса. Данная программа предусматривает выплату компенсаций субъектам малого и среднего предпринимательства за понесенные расходы на банковские комиссии. Для выплат выделено 500 млн. руб. Чтобы получить выплату предприниматель должен совершить расчет через СБП банков, которые передадут сведения об уплаченных комиссиях в Минэкономразвития РФ, а затем после проверки ведомство перечисляет субсидии для компенсации сначала банкам, а те в свою очередь хозяйствующим субъектам. Данная программа не только поддержит предпринимателей, снизив их расходы, но стимулирует их на подключение к национальной платежной системе с учетом рисков в свете отключения России от международных платежных систем.

Важным направлением в развитии НПС стало создание системы передачи финансовых сообщений (СПФС), как аналог системы SWIFT, с целью обеспечения устойчивости национального финансового рынка при возможном отключении от международной платформы в результате введенных санкций в отношении России в 2014 г. С инициативой отключения России от данной системы выступил Европарламент. На тот момент Центральный Банк стал вести переговоры по урегулированию данного вопроса, но они не увенчались особым успехом, поэтому началась разработка российского аналога. С 2015 г. начались тестовые работы, а в 2017 г. Банк России объявил об успешном создании СПФС.

СПФС создает безопасное пространство для обмена финансовыми сообщениями между банками и юридическими лицами в масштабах страны. Так же к системе могут подключаться и нерезиденты. Им необходимо заполнить анкеты и прикрепить документы, необходимые в соответствии с регламентом, установленным Банком России. Уже сейчас организации из

23 государств подключены к СПФС. Всего в систему входит 400 участников, как отечественных, так и зарубежных, которые передают ежедневно более 70 тыс. сообщений [8].

Несмотря на собственную платформу, отключение от SWIFT в 2014 г. российских банков не произошло, то такая возможность будет рассматриваться в новом шестом пакете санкций, в том числе под них может попасть и Сбербанк.

Очевидно, что СПФС стала довольно популярным каналом взаимодействия как внутри страны, так и среди партнеров, которые хотят сохранить отношения с Россией. Однако, система может рассматриваться как альтернативный платежный канал, т.к. полностью функции, присущие SWIFT, она не выполняет. Так, отсутствует возможность осуществлять транзакции за границу, в рамках передачи одного финансового сообщения не предоставляется возможным отправление массовых реестров, предъявляются довольно жесткие требования по безопасности [3, С. 596].

В целях финансового взаимодействия Россия совместно с партнерами разрабатывает альтернативные пути. Например, как сообщил А. Аксаков, председатель комитета Госдумы по финансовому рынку, ведется работа Банка России и Китайского народного банка над созданием единой СПФС на основе системы блокчейна с использованием цифрового рубля и цифровой юани [7]. Такая же работа предусмотрена и с Индией. Взаимодействие будет осуществляться через Внешэкономбанк и Резервный Банк Индии [4].

Следующим не менее важным инструментом в рамках НПС стал выпуск собственной платежной карты «Мир». Еще в 2015 г. ЦБ совместно с НСПК, которая в последующем выступила оператором и операционным расчетно-клиринговым центром, запустили платежную систему «Мир».

Массовая эмиссия карт банками началась с 2016 г. и составила 1,7 млн. карт за год. В последующем «Мир» стали принимать во всех терминалах страны и начали вести переговоры с иностранными государствами. Так, данной картой можно расплатиться в Турции, Вьетнаме, Таджикистане, Узбекистане, на Кипре, в ОАЭ и странах-участницах ЕАЭС. По состоянию на 01.07.2021 было эмитировано более 100 млн. карт «Мир» [5]. Что же касается Visa и MasterCard, которые снова объявили о своем уходе из России в связи с санкциями, то их карты будут продолжать функционировать внутри страны до истечения срока действия, затем банк автоматически перевыпустит карты свои клиентам, но уже с переходом на «Мир». Пока карты находятся у клиентов, несмотря на их действие, существует ряд ограничений, например, нельзя осуществлять переводы за границу, оплачивать покупки в иностранных интернет-магазинах, с помощью данных карт нельзя расплатиться из мобильных кошельков Apple Pay, Samsung Pay и Google Pay [9]. Но и здесь был создан национальный аналог – Mir Pay.

Таким образом, подводя итог вышесказанному, подчеркнем, что развитие национальной платежной системы во многом обусловлено именно влиянием западных санкций. Россия столкнулась с нарушением финансовой стабильности о возможностью ограничения от проведения международных расчетов. Это послужило импульсом для развития собственного финансового рынка, создания финансовых продуктов и технологий, которые вполне могут удовлетворить запросы населения в оказании финансовых услуг, а также выйти на путь международного сотрудничества с другими странами, которые также проявляют интересы к отечественным разработкам.

Библиографический список

1. Федеральный закон «О национальной платежной системе» от 27.06.2011 N 161-ФЗ (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.12.2021)
2. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 4.03.2022 года №411-р
3. Белоусова Е.М., Сравнительный анализ системы передачи финансовых сообщений платежной системы Банка России и международной системы SWIFT // Синергия Наук — 2021. — № 55. — С. 587-598. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44802361> (дата обращения: 28.04.2022)
4. Economic Times: Россия и Индия создали аналог SWIFT для расчетов между странами. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/5283653> (дата обращения: 01.05.2022)
5. История и развитие платежной системы «Мир» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://mironline.ru/payment-system/about/> (дата обращения: 01.05.2022)
6. Платежная система Банка России. [Электронный ресурс] — Режим доступа: https://cbr.ru/PSystem/payment_system/ (дата обращения: 24.04.2022)
7. Россия и Китай налаживают взаимодействие систем передачи финансовых сообщений вне SWIFT. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://bigasia.ru/content/news/business/rossiya-i-kitay-smogut-obmenivatsya-platezhami-bez-swift/> (дата обращения: 01.05.2022)
8. Стратегия развития национальной платежной системы на 2021–2023 [Электронный ресурс] — Режим доступа: https://cbr.ru/Content/Document/File/120210/strategy_nps_2021-2023.pdf (дата обращения: 24.04.2022)
9. Уход Visa и Mastercard из России. Вопросы и ответы. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.rbc.ru/finances/06/03/2022/622455d99a794758a2efec4d> (дата обращения: 01.05.2022)

УДК 368

РОЛЬ СТРАХОВАНИЯ В РЕШЕНИИ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ

Фарзалибейли А. С., бакалавр 3-го курса

Научный руководитель: Сулякова О.Н., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финиуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы экологического страхования, для чего нужен данный вид страхования, его значимость и влияние на окружающую среду РФ.

Ключевые слова: экологическое страхование, окружающая среда, экология Российской Федерации.

THE ROLE OF INSURANCE IN SOLVING ENVIRONMENTAL PROBLEMS

Farzalibeyli A. S. K. Bachelor of the 3rd year

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

Annotation. The article discusses the problems of environmental insurance, why this type of insurance is needed, its significance and impact on the environment of the Russian Federation.

Keywords: environmental insurance, environment, ecology of the Russian Federation.

В современном мире, с началом вмешательства людей в природу, экологические проблемы приобрели огромные масштабы. Только в последние десятилетия люди начали осознавать последствия своего вмешательства в окружающую среду, но принятие этого факта не помогло избавиться от природных катастроф. К экологическим проблемам современности можно отнести следующее: глобальное потепление (согласно последним данным, температура на планете повысилась на 1,07%), загрязнение мирового океана (на её поверхности плавает 270 тыс. тон мусора), разрушение озонового слоя, вырубка лесов (площадь лесов стремительно сокращается, в год исчезает 16 га), загрязнение воздуха и почвы, «кислотные дожди», сокращение биоразнообразия. Данные проблемы взаимосвязаны между собой. Какую же роль играет страхование в решении экологических проблем?

Из отчета Счетной палаты РФ о национальном проекте про экологию, мы видим, что загрязненным воздухом дышат около третьей части населения России, почти все водоемы в нашей стране отравлены неочищенными сточными водами, ежегодно страна теряет более 300 тысяч гектаров леса, 70% из-за пожара, даже коммунальный мусор через 6 лет нигде будет размещать. Потепление в России происходит в 2,5 раза быстрее глобального, площадь морского льда Арктики уменьшается, все чаще случаются засухи и потопа. Если не решить данные экологические проблемы, то продолжительность жизни населения невозможно будет увеличить, как и численность, ведь это одно из основных факторов, которые влияют на здоровье и качество жизни [3].

Особое внимание надо уделить накопленному экологическому ущербу. России на данный момент уже накоплено от 40 до 100 миллиарда тон отходов. Ежегодно в нашей стране образуется от 100 миллионов тон опасного отхода. Большая часть из них не обезвреживается и не утилизируется.

Особое внимание к экологическому страхованию как одному из действующих инструментов на пути создания системы возмещения вреда природной среде обусловлено, прежде всего, тем, что оно способно выполнять контролирующую, социальную, компенсаторную и инвестиционную функции.

Экспортно-сырьевой уклон в промышленности означает непрерывное образование и накопление отходов, и если экономика будет дальше идти по этому пути, то негативное воздействие на окружающую среду усилится. Только от загрязнения воздуха, приведшего к росту смертности и падению работоспособности людей, экономический ущерб в России, по оценке экспертов, составил почти 450 миллиардов долларов. Ситуация с загрязненным воздухом ухудшается. В 2020 году удвоилось количество случаев загрязнения, Россия побила антирекорд за 17 лет по количеству случаев.

Экологическое страхование предусматривает правовую защиту окружающей среды на территориях, где существует повышенный риск, связанный с функционированием любого промышленного предприятия. Целью этой процедуры является сокращение компенсации за ущерб, который был причинён окружающей среде [4].

За последнее десятилетие мировой рынок экологического страхования значительно расширился и оценивается примерно в 2 миллиарда долларов в виде ежегодных премий с двузначным ростом, опережая ежегодные темпы роста рынка страхования имущества и страхование от несчастных случаев. Как и другие сегменты страховой отрасли, сектор экологического страхования ориентирован на внедрение новых инновационных решений и разработки новых целевых продуктов. Анализ страховых продуктов зарубежных страховщиков показывает огромное разнообразие условий, продуктов, комплексных программ в области экологического страхования. Возмещается вред жизни и здоровью в результате загрязнения окружающей среды, включая медицинские, экологические исследования. Возмещаются материальный ущерб, судебные издержки и расходы на расчистку загрязненной территории. Страховая защита распространяется как для новых, так и для исторически накопленного вреда.

В целом экологическое страхование может быть добровольным или обязательным. На мой взгляд, в современном мире экологическое страхование должно быть обязательным. Это важно для того, чтобы, в случае ущерба, нашлись средства для возмещения.

Главная проблема данного страхования в том, что им пользуются немногие компании, а большинство природных объектов находятся в опасности. В этом случае последствия загрязнения и различных мероприятий будут устраняться государством.

Другая проблема связана с тем, что многие районы планеты уже затронуты экономическим развитием, и многие природные территории нуж-

даются в восстановлении. А так как никто не отвечает за содеянное, то и улучшать экологию некому.

Можно отметить, что из-за того, что различные организации занимаются вредным производством, то их влияние пагубно сказывается не только на окружающую среду, а также и на здоровье человека. В данный момент опасные отходы от производства выбрасываются в атмосферу, водоемы и т.д. Причина этого может быть разной. Так, например, многие технологические процессы, применяемые на данный момент на токсичных производствах, уже морально устарели, но вопреки этому продолжают использоваться и наносить окружающей среде огромный ущерб. Такую картину можно увидеть в нефтяной промышленности и на химических заводах.

В настоящее время уже разрабатываются технологии, помогающие сохранить окружающую среду, например, экологически чистые технологии, новые очистные сооружения, предприятия, производящие вредную продукцию, из густонаселенных населенных пунктов перебазированы в пригородные районы и т.д. Хотя такие мероприятия планируются, они требуют времени. Воздух в городах также регулярно загрязняется токсичными выбросами большинства автомобилей [6].

К сожалению, иногда организация не заинтересована в том, чтобы обеспечить экологическую безопасность, по причине того, что модификация очистных сооружений, разработка, а также внедрение в производство экологически чистых технологий довольно затратно. По опыту прошедших времен мы видим, что организациям часто удобнее платить штрафы за загрязнение окружающей среды, а не стараться предотвращать проблемы.

Также есть катастрофы, которые могут произойти непроизвольно, вне зависимости от влияния людей. Взрывы, пожары (например, пожар 2021 года в России, когда вспыхнули леса Сибири и Дальнего Востока), утечка химически опасных веществ и т. п. Помимо причинения громадного материального ущерба эти чрезвычайные ситуации влекут за собой массовые человеческие жертвы. Все это вызывает вопрос: кто должен платить за ущерб окружающей среде и населению? Ответ может показаться простым: жертва должна платить. Тем не менее, пострадавший субъект может быть не в состоянии возместить его. Поэтому государство взяло на себя обязательство ликвидировать последствия экологической аварии, а также возместить причиненный ущерб. Денежные средства государство заимствует из резервного фонда, либо путем сокращения других расходов. Но будет нелогично возлагать ответственность за возмещение ущерба на государство, когда организации вполне платежеспособны.

Самый простой и традиционный способ ведения страхового дела заключается в заключении договора между страховой компанией и предприятием. Так называемое «застрахованное» предприятие заключает договор

с организацией особого типа, т. е. со страховой компанией. Следуя заключённому договору, страховая организация возмещает ущерб пострадавшему лицу. Страховая услуга нужна при наступлении несчастного случая, тогда страхователи перечисляют средства страховой компании для покрытия ущерба.

Что касается нашей страны, в России был принят закон об «обязательном экологическом страховании». Опираясь на этот закон государственные органы составляют перечень экологически опасных предприятий, Перечисленные предприятия должны будут в принудительном порядке быть привлечены к обязательному страхованию. В зависимости от степени боязни объекта их страховой тариф будет различаться [2].

Обозначим и упомянутое выше добровольное экологическое страхование. Оно не регулируется государством, и применение этого вида страхования зависит от здравого смысла населения, мировоззрения и уровня информированности в этой области.

Основными показателями системы экологического страхования являются страховой риск, размер страховых выплат, страховых взносов, страховые тарифы и др.

Экологическое страхование можно считать очень важным по такой причине, как ущерб экологии. За 2020 год инспекторы Росприроднадзора сделали вывод, что ущерб, который был причинен почвам и водным объектам составляет 234,7 млрд рублей. Если сравнивать 2020 год с 2019 годом, то можно увидеть колоссальную разницу, в 2019 году было сделано 817 расчетов вреда на сумму 20,3 миллиарда рублей [7].

Введение экологического страхования нужно по многим причинам. Во-первых, это неэффективность системы платежей за негативное воздействие на окружающую среду. Во-вторых, из-за того, что организации неспособны предотвратить последствия своей ошибки и компенсировать ущерб за экологическую катастрофу. И, в-третьих, это отсутствие четкой системы экономических инструментов [6].

Поступило предложение о том, чтобы создать открытые информационные ресурсы, где будет показано состояние окружающей среды, а также единый стандарт эко страхования, который будет учитывать требования различных отраслей экономики.

Можно сделать вывод, что экологическое страхование в будущем станет одним из эффективных инструментов для охраны окружающей среды. Особенно для России, поскольку у нас на территории находится множество промышленных объектов, которые потенциально и реально представляют экологическую угрозу, и, следовательно, значение экологического страхования имеет весомое значение.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 10.01.2002 N 7-ФЗ (ред. от 30.12.2021) "Об охране окружающей среды"//СПС КонсультантПлюс
2. Федеральный закон «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельца опасного объекта за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте» от 27.07.2010 № 225-ФЗ//СПС КонсультантПлюс
3. Плохая «Экология»: неутешительные выводы Счетной палаты. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bellona.ru/2020/01/21/bad-ecology/> ((дата обращения 24.02.2022)
4. Словарь страховых терминов. - М.: Финансы и статистика, 2018. - 336 с.
5. Страхование : учебник / под общ. ред. Е. Г. Княzewой ; М-во науки и высшего обр. Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. – 241 с.
6. Березина, Е. От экологических рисков спасет страхование. Российская газета. Федеральный выпуск № 185 (7648). [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rg.ru/2018/08/21/v-rossii-mozhet-poiavitsia-ekologicheskoe-strahovanie.html> (дата обращения 22.02.2022)
7. Росприроднадзор: ущерб экологии в 2020 году нанесен на 235 млрд. рублей. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2020/11/23/rosprirnodnadzor-ushtcherb-ekologii-v-2020-godu-nanesen-na-235-mlrd-rublej.html> (дата обращения 22.02.2022)

УДК 368

ИНФОРМАТИЗАЦИЯ И АВТОМАТИЗАЦИЯ СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ БУДУЩЕГО

Чайкин А.Н. бакалавр 3-го курса

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

Аннотация. В статье рассмотрены современные тенденции и возможные перспективы развития страховой деятельности с позиции цифровой трансформации экономики. Приведён анализ влияния информатизации и автоматизации на страховую деятельность в Российской Федерации, а также представлен детальный образ страховой компании будущего и возможных направлений её специализации.

Ключевые слова: страховая организация, цифровая экономика, роботизация, информатизация и автоматизация страховой деятельности.

INFORMATIZATION AND AUTOMATION OF INSURANCE ACTIVITIES: INSURANCE COMPANY OF THE FUTURE

Chaikin A.N. Bachelor of the 3rd year

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

Annotation. The article discusses current trends and possible prospects for the development of insurance activity from the perspective of digital transformation of the economy. The analysis of the impact of informatization and automation on insurance activities in the Russian Federation is given, as well as a detailed image of the insurance company of the future and possible areas of its specialization is presented.

Keywords: insurance organization, digital economy, robotization, informatization and automation of insurance activities.

Погружаясь в размышления о возможном будущем страховой сферы невозможно не уделить должного внимания страховой компании, как важнейшему участнику страховых отношений. Учёные-экономисты всего мира задаются вопросами: Что будет представлять собой страховая деятельность в будущем? Какими будут страховые организации через 5, 10, 20 лет? На чём они будут специализироваться и какие услуги будут оказывать своим клиентам? Какую роль сыграют всеобъемлющая цифровизация и автоматизация в становлении и развитии «нового страхования»? В данной научной статье порассуждаем над этими и постараемся дать ответ на многие другие вопросы о перспективах развития страховых организаций с позиции набирающей обороты цифровой трансформации экономики.

С целью наиболее основательно подойти к рассмотрению темы «Информатизация и автоматизация страховой деятельности: страховая компания будущего» необходимо заложить теоретическую основу для дальнейшего исследования, охарактеризовав ряд фундаментальных понятий, сформулированных специалистами в области экономики и IT-технологий.

Для начала определимся с тем, что такое страхование и что собой представляют страховые организации на современном этапе. По мнению доктора экономических наук Дробозиной Л. А., «*страхование* представляет собой экономические отношения по защите имущественных интересов физических и юридических лиц при наступлении определенных событий (страховых случаев) за счёт денежных фондов, формируемых из уплачиваемых ими страховых взносов (страховых премий)» [3]. Данная характеристика страхования получила наибольшее распространение, т. к. точно передаёт суть страховой деятельности.

Существует множество определений терминов страховщика и страховой организации, но только понятие, трактуемое буквой закона, имеет юридическую силу. В Федеральном законе Российской Федерации «Об организации страхового дела в Российской Федерации» от 27.11.1992 №4015-1 декларируются следующие дополняющие друг друга понятия: «*Страховщики* – страховые организации, иностранные страховые организации, общества взаимного страхования. *Страховая организация* – юридическое лицо, созданное в соответствии с законодательством Российской Федерации для осуществления деятельности по страхованию и (или) перестрахованию и получившее лицензию на осуществление соответствующего вида страховой деятельности в установленном настоящим Законом порядке» [1].

Чтобы сформулировать обоснованное предположение о возможном будущем страховых компаний с позиции цифровой трансформации экономики необходимо обратиться к высказываниям специалистов в сфере ин-

формационных технологий и области теоретической информатики. На данный момент, нельзя однозначно охарактеризовать понятия цифровизации и автоматизации, так как данные процессы являются взаимосвязанными и протекают сразу во множестве сфер жизни общества, помимо экономической. Поэтому, исходя из тематики данной статьи, наиболее уместно будет дать собственную характеристику этих понятий с точки зрения экономики, опираясь при этом на формулировки специалистов в этой области.

Цифровизация – это процесс технологической трансформации организаций и целых отраслей экономики в новые бизнес-модели, способы производственной деятельности и системы управления, которые опираются на передовые решения в сфере IT-технологий [6].

Автоматизация – это процесс интеграции и последующей эксплуатации совокупности программных средств и технических устройств, оптимизирующих использование трудовых и производственных ресурсов с целью унификации рутинных операций и повышения эффективности бизнес-процессов [7].

Таким образом, продолжительное влияние процессов цифровизации и автоматизации на экономическую сферу в перспективе ведёт к цифровой трансформации последней. Важно отметить, что сфера информационных технологий находится в прямой взаимосвязи с экономикой и оказывает на её развитие непосредственное влияние, что, в свою очередь, выражается в появлении смежных понятий. Так, симбиоз экономической и информационной сфер порождает новое понятие «цифровая экономика».

Специалисты из Центра развития ОЭСР Карл Дальмани, Сэм Мили и Мартин Вермелингери в своей научной работе 2016 года «Использование цифровой экономики в интересах развивающихся стран» сформулировали следующее определение цифровой экономики: «цифровая экономика представляет собой сочетание технологий общего применения и ряда видов экономической и общественной деятельности, осуществляемых пользователями Интернета при помощи соответствующих технологий» [6].

Из этого можно сделать вывод, что цифровая экономика – это собирательное понятие, которое включает в себе высокотехнологичную инфраструктуру (оптическое волокно, сетевое и серверное оборудование), информационные системы (ERP и CRM), устройства коммуникации (компьютеры и смартфоны) и порождаемый их взаимодействием функционал (блокчейн, big data, интернет вещей, искусственный интеллект и нейросети) [4, с. 167]. Многие из этих понятий имеют прямое отношение к современной экономике и, как следствие, оказывают непосредственное влияние на развитие страховой сферы.

Таким образом, заложена терминологическая база, необходимая для последующего исследования. На следующем этапе приступим к анализу современных тенденций в страховой деятельности с целью понять, в каком

направлении движется страхование сегодня и как это может повлиять на становление страхования завтрашнего дня.

1. Современные тенденции развития страховой деятельности.

Из вышеуказанного следует, что информатизация и автоматизация – это необратимые процессы, влияющие на большинство сфер жизни общества, в том числе и на экономику, которая включает в себя страхование. Исходя из этого, сформулируем собственное определение страховой компании будущего, отражающее все современные тенденции в развитии страховой деятельности.

Страховая компания будущего – это финансовая организация, которая зарегистрирована и лицензирована уполномоченным государственным органом, широко применяющая в своей деятельности новейшие достижения НТП в сфере информационных технологий, с целью удовлетворить потребности широкого круга клиентов в качественных страховых услугах.

Учитывая тенденцию последних лет, нельзя обделить вниманием ситуацию, которая сложилась вокруг инфекции COVID-19 в 2020-2022 годах. Она кардинально изменила жизнь людей и повлияла на экономику. Многие страховые организации были вынуждены перевести часть своей повседневной деятельности в дистанционный формат. Так как у страховщиков достаточно развиты агентская сеть, то продажа страховых продуктов и коммуникация с клиентами в удаленном формате не стала для них большой проблемой, а всего лишь ускорила и без того неизбежный процесс информатизации деятельности. Сократив за период пандемии своё присутствие в офлайн-сегменте страхового рынка, страховые компании стали оказывать более персонализированные услуги и больше ориентироваться на объем спроса, чем на предложение.

Современные реалии таковы, что клиент страховой организации может получить оперативный ответ на интересующий его вопрос без посещения офиса страховой организации. Чтобы получить консультацию страхователя (полисодержателя) достаточно оставить запрос на сайте страховой компании или написать страховому агенту, представляющему страховщика, в социальных сетях или мессенджерах, которые широко применяются многими организациями для ведения деловых переговоров. Онлайн-коммуникация также позволяет облегчить труд страховых агентов, так как больше нет необходимости «выезжать на место», если вопрос можно решить дистанционно. Кроме того, некоторые страховые компании, которые имеют свой сайт и call-центр, предоставляют клиентам возможность решить рутинные вопросы без участия человека – с помощью ботов-консультантов, функционирующих на основе нейросетей.

Важно упомянуть, что информация о страховых услугах компании находится в общем доступе и есть возможность дистанционно урегулировать некоторые вопросы, также создаются дополнительные условия для популяризации приобретения страховых продуктов онлайн. Примером

такой популяризации может послужить разрабатываемый Центральным Банком Российской Федерации проект, который называется «Маркетплейс». Благодаря ему оказание страховых услуг должно стать проще в несколько раз. Суть проекта заключается в сборе информации о банковских и страховых услугах множества финансовых организаций для предоставления её потребителям в удобной для них форме. Как понятно из названия, проект будет представлять собой онлайн-сервис для продажи финансовых продуктов и оказания финансовых услуг, где потенциальный потребитель этих услуг сможет выбрать наиболее подходящий под его нужды вариант и там же заключить договор об оказании тех или иных услуг со страховой организацией. На сайте Банка России указано, что Маркетплейс позволит в дистанционном формате открывать депозиты, брать кредиты, покупать ОФЗ и паи ПИФов, приобретать страховые полисы, в т.ч. и ОСАГО [9].

Расширение электронной коммерции в сфере предоставления финансовых услуг позволит тестировать и внедрять новые страховые продукты и услуги. Нет сомнений в том, что продажа электронных полисов е-ОСАГО – это только первый шаг в оказании подобного рода услуг. Если проект окажется удачным, то в скором будущем вслед за ним могут перейти в онлайн страхование транспорта, недвижимости, ценного имущества, здоровья и жизни.

Помимо прочего, достижения в области робототехники могут использоваться страховыми компаниями для оценки и минимизации ущерба. Уже сегодня страховщиками в тестовом режиме применяются радиоуправляемые летательные аппараты (дроны и квадрокоптеры), которые позволяют страховым агентам провести детальный осмотр крупного имущества (здания или сооружения) страховщика и дать обоснованную оценку нанесённому ущербу. Это позволяет страховым компаниям более точно определять необходимость страховых возмещений и их величину, что положительно сказывается на финансовых показателях страхователя. Согласно исследованию финансового супермаркета «Banki.ru», доля страхового рынка в 3 квартале 2021 года для внедрения подобного рода решений составила около 7,4 млрд. руб. (рис. 1) [10].

Эксперты из Всероссийского Союза Страховщиков и рейтингового агентства «Эксперт РА» спрогнозировали, что страховой рынок РФ по итогам 2021 года побьёт рекорд, достигнув суммы в 1,8 трлн. руб. [11]. Позитивные ожидания звучат обнадеживающе для инвесторов в российский фондовый рынок, что выражается в устойчивом положении котировок страховых компаний на бирже, даже с учётом санкционного давления и на фоне ужесточения денежно-кредитной политики Банком России в 2021-2022 году. Это является хорошей основой для развития страхования.

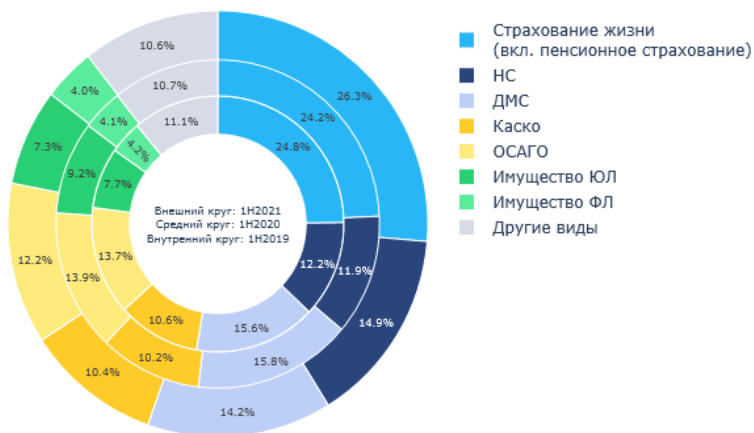


Рисунок 1. Структура страхового рынка РФ (по видам страхования) в период с 2019 по 2021 год

2. Персонализация и роботизация – главные тренды в страховании.

Процессы автоматизации и информатизации в страховании ведут к возникновению персональных страховых продуктов, которые подстраиваются под потребности конкретного клиента. Персонализация страховой деятельности крайне перспективное направление в развитии современного страхования. Его сущность проявляется в индивидуальном подходе к каждому клиенту: человек, желающий приобрести страховую услугу, может самостоятельно сформировать подходящий под его запросы страховой продукт с помощью специального «полиса-конструктора». Примером персонализации может послужить использование страховщиками технологий больших данных «big data» с целью реагировать на запросы рынка, управлять своими рисками и минимизировать убытки.

В свою очередь, роботизация страхования влечёт упрощение и ускорение всех бизнес-процессов компании. Многие рутинные операции, ранее выполняемые человеком, теперь полностью находятся в ведении роботов. Это новшество позволяет исключить влияние ряда человеческих факторов (таких как усталость, стресс и т. д.), что положительно сказывается на эффективности деятельности страховщика. Не будет лишнем упомянуть что, закупка необходимого оборудования и его содержание обойдётся страховой компании гораздо дешевле, чем найм штата квалифицированных сотрудников. Примером роботизации в страховании является использование механизма удалённой идентификации, который функционирует на основе искусственного интеллекта. С его помощью клиент подтверждает достоверность совершаемых им операций, что является дополнительным элементом в обеспечении безопасности.

Таким образом, в данной научной статье были рассмотрены передовые тенденции и направления в развитии отечественного страхования с позиции цифровой трансформации экономики. Подводя итог выше сказанному, можно смело утверждать, что будущее страхового рынка неразрывно связано с дальнейшей информатизацией и автоматизацией бизнес-процессов. При этом нельзя однозначно сказать, что цифровая трансформация страхования несёт в себе исключительно положительные перемены. Есть ряд негативных моментов.

Одним из таких является банальная неподготовленность клиентов пользоваться новыми технологиями: если молодое поколение способно быстро ориентироваться в новшествах, то люди старшего поколения менее мобильны к изменениям. Например, некоторым пожилым людям проблематично понять, как устроен инновационный страховой продукт, что провоцирует у них скептицизм, который в последствии негативно повлияет на объём спроса. Таким образом, в страховой компании будущего не всё операции будут автоматизированы. Иногда живое общение незаменимо, хотя, вероятно, будет сведено к минимуму.

Наконец, у клиента может возникнуть потребность лично пообщаться с сотрудниками страховой компании, чтобы узнать ответы на интересующие его вопросы и убедиться в качестве предоставляемых услуг. Это значит, что будет сохраняться неценовая конкуренция за предпочтение потребителя, которая в сфере страхования проявляется в предложении более выгодных условий. Таким образом, в будущем деловая репутация и имидж компании будут по-прежнему оказывать существенное влияние на успешность бизнеса страховщика.

В заключение всего вышесказанного, сформируем целостный образ страховой компании будущего и дадим характеристику её деятельности с позиции цифровой трансформации экономики. Страховая компания будущего будет представлять собой финансовую организацию, деятельность которой всё также будет основана на оказании страховых услуг. Высокий уровень технического оснащения позволит страховщикам эффективно осуществлять свою деятельность и чутко реагировать на запросы рынка. Проект Банка России «Маркетплейс» сделает страховые продукты доступнее, а персонализация страховых услуг с помощью «полисов-конструкторов» позволит создавать уникальные страховые продукты, удовлетворяющие потребностям конкретного клиента, что сделает страхование более популярным у населения. В свою очередь, роботизация страхования упростит и ускорит стандартные операции, выполнение которых больше не будет требовать участия человека.

Библиографический список

1. Об организации страхового дела в Российской Федерации [Текст] Федеральный закон от 27.11.1992 N 4015-1 (посл. ред.)//СПС КонсультантПлюс.

2. Волкова Т.А, Сусякова О.Н. Страхование информационных рисков (киберстрахование)// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2018. Т.1. №7 (33), С. 117-122
3. Дробозина Л. А. Финансы: Учебник для вузов/Под ред. проф. Л.А. Дробозиной.- М.: ЮНИТИ, 2001.- 527с.
4. Сусякова О.Н. Роль государства в развитии автострахования в Российской Федерации// Калужский экономический вестник. 2020. №2. С.20-23
5. Страхование [Текст]: учебное пособие / О.Н. Сусякова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Калуга: Ваш домъ, 2011. - 220 с.
6. Бизнес & информационные технологии [Электронный ресурс]: цифровизация экономики/ БИТ. – Электронные данные. Режим доступа: URL.: <http://bit.samag.ru/uart/more/67>, свободный – (дата обращения 13.04.2022).
7. Habr (Хабр) [Электронный ресурс]: Автоматизация бизнеса: начинаем разбираться/ Habr (Хабр). – Электронные данные. Режим доступа: URL.: <https://habr.com/ru/company/regionsoft/blog/520242/>, свободный – (дата обращения: 12.04.2022).
8. Банк России [Электронный ресурс]: Развитие финансовых технологий. Маркетплейс/ Банк России. – Электронные данные. Режим доступа: URL.: https://www.cbr.ru/fintech/market_place/, свободный – (дата обращения: 15.04.2022).
9. Banki.ru [Электронный ресурс]: Страховой рынок за три квартала 2021 года: уверенный рост без рекордов/ Banki.ru. – Электронные данные. Режим доступа: URL.: <https://www.banki.ru/news/research/?id=10958284>, свободный – (дата обращения: 14.04.2022).
10. Эксперт РА [Электронный ресурс]: Рейтинговое агентство «Эксперт РА» подвело итоги 1-го полугодия 2021 года на страховом рынке и обновило прогноз на 2021-й год./ Эксперт РА. – Электронные данные. Режим доступа: URL.: <https://www.raexpert.ru/releases/2021/oct14>, свободный – (дата обращения: 13.04.2022).

Современные проблемы
развития
бухгалтерского учёта,
экономического анализа
и аудита



**ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА В УСЛОВИЯХ
СБЛИЖЕНИЯ С МЕЖДУНАРОДНЫМИ СТАНДАРТАМИ**

Голеусов Г.С. бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Губернаторов Н.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финиуниверситета, Калуга*

Аннотация. В данной статье будет рассмотрена проблема развития бухгалтерской отчетности, которая сегодня в большинстве своем связана с сопоставлением российской бухгалтерской отчетности с международным стандартом бухгалтерской отчетности, проблемами развития экономики и анализа. В современных условиях требуется новый подход к бухгалтерскому учёту в компании. В настоящее время существует множество проблем, касающихся практического применения бухгалтерских правил.

Ключевые слова: бухгалтерский учёт, аудит, экономический анализ международных стандарты финансовой отчетности, принцип начисления

**MODER THE PROBLEM OF DEVELOPMENT OF ACCOUNTING IN THE
CONTEXT OF CONVERGENCE WITH INTERNATIONAL STANDARDS**

Goleusov G.S. bachelor's degree of the 2nd year

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

Abstrutn. This article will consider the problem of the development of financial statements, which today is mostly associated with the comparison of Russian financial statements with the international standard of accounting, problems of economic development and analysis. In modern conditions, a new approach to accounting in the company is required. Currently, there are many problems regarding the practical application of accounting rules

Keywords: accounting, audit, economic analysis, international financial reporting standards, accrual principle

Как известно, в определенном ряде стран текущая глобальная реформа бухгалтерского учета связана с переходом с кассового учетного метода к начислению. Эти методики очень часто используются в сочетаниях. Проблемы переходного периода возникают из-за недостаточного представления информации о динамике активов и обязательств, а также в связи с невозможностью проведения качественных анализов.

Так как информация, полученная в ходе ведения бухгалтерского учета, является основой для проведения экономического анализа, то проблемы связанные с ведением бухгалтерского учета напрямую влияют на качество проводимого экономического анализа. Следовательно, решение проблем учетной политики является первостепенной задачей как специалистов данной области, так и для аналитиков. Именно поэтому вышеназванная тема часто освещается в специализированных изданиях экономической и финансовой направленности.

Бухгалтерский учет - ключевой момент в деятельности любого предприятия. Выполнение основной задачи учета – формирование глубокого и четкого учета деятельности и финансово-хозяйственного состояния организации, т.е. бухгалтерская отчетность – должна быть точной и соответствовать определённым требованиям, правилам учета и бухгалтерской отчетности.

В последние годы современный бизнес проводит множество исследований по бухгалтерскому учёту и анализу. Зачастую авторы затрагивают только одну сторону данного вопроса в своих исследованиях. В части бухгалтерской отчетности можно рассмотреть работы Кутер М.И. и Тхагапса Р.А. «Учет в неплатежеспособных условиях». «Финансовый анализ» В. В. Ковалева получил наибольшее распространение в области экономического анализа. Одним из самых важных направлений может стать синтез бухгалтерского и экономического анализа, который получил название бухгалтерский анализ.

В Российской Федерации достаточно много вопросов, связанных с бухгалтерским учётом. В числе них: недостаток использования средств автоматического арифметического расчета в оперативном и финансовом учете. Автоматизация обеспечит упрощение алгоритма подготовки финансовых отчетов, повышение качества и оперативности подготовки финансовых отчетов, арифметической работы. При этом необходимо совершенствовать методику изложения научной дисциплины, так как подготовка бухгалтера должна отвечать запросам современных рыночных субъектов и региональных потребностей. Однако сближение российского бухгалтерского учета с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО) можно считать одной из самых острых проблем на сегодняшний день.

МСФО - это определенные документы, содержащие правила составления финансовой отчетности. Информация, содержащаяся в этих документах необходима потенциальным партнерам, инвесторам и так далее, чтобы они могли принимать связанные с организацией экономические решения [4, с. 201].

Если учитывать положительные аспекты принятия МССП, то важно учесть, что МССП является стандартом, основанным на принципах.

Принцип постоянной деятельности - один из основных постулатов, на котором базируется стандарт. По существу, принцип заключается в том, что компания исходя из предложений о том сколько она будет существовать на рынке, готовит ежегодный финансовый отчёт. В случае если компания, по мнению руководства, не будет в дальнейшем продолжать свою деятельность, то данный принцип не применяется.

Также используется принцип, который обязывает относить факты хозяйственной деятельности на тот отчетный период, когда осуществлялась

операция, вне зависимости фактического времени поступления или выплаты денежных средств, который называет принципом начисления.

Применяются также принципы, которые отличаются от МСФО отдельными национальными правилами бухгалтерской отчетности и не являются жестко установленными правилами, это такие принципы как, принцип осторожности, уместности и иные. Это обеспечивает строгое следование духу убеждений, а также позволяет избегать поиска лазеек в правилах.

К самым основным проблемам, мешающим переходу на международный стандарт финансовой отчетности, относятся:

- значительные дополнительные затраты для бизнеса;
- существенное отличие МСФО от Российских стандартов бухгалтерского учета;
- нежелание организаций предоставлять и отражать в бухгалтерской отчетности прозрачную и глубокую информацию в более открытом подходе;
- национальные стандарты бухгалтерского учета;
- сложность, а местами и невозможность адаптировать стандарты в современную отечественную экономику;
- необходимость переобучения и переподготовки персонала [5].

Как мы видим, на сегодняшний день бухгалтерские отчеты не способны отразить основные источники создания активов, что и является основной проблемой учетной и аналитической деятельности.

Для решения этой проблемы необходимо использовать методику учета и анализа оборотного капитала, где возможно определить методику исчисления налогов, сборов и отчислений, налогов. Она складывается на основе закономерности движения капиталов компании, классическом управлении и оценки ценности активов, имущества, доходов, расходов компании, а также на существующей методике налогообложения.

Эффективная работа любой организации зависит, прежде всего, от постоянного анализа различных данных, непосредственно связанных с общей работой организации. Одним из наиболее эффективных методов контроля за хозяйственной и финансово-хозяйственной деятельностью организации являются аудиторские проверки, направленные на проверку соответствия отчетности действующим стандартам, соблюдения правил, установленных нормативно-хозяйственной документацией, устранение выявленных ошибок, разработку и совершенствование иных деятельности каждой организации. Аудит - это независимая проверка (финансовой) отчетности, целью которой является формирование профессионального мнения о том, насколько надежна такая отчетность [6].

В настоящее время у нас сформирован стабильный аудиторский рынок, обеспечивающий удовлетворение потребностей бизнеса в оказании аудиторских услуг и дополнительных услуг. Проблемы, с которыми

столкнулись участники данного рынка, не являются ничем отличающимися от проблем аудиторов других национальных рынков. Создан институт аудиторской профессии и современная система профессиональной сертификации.

Основная проблема российского аудиторского рынка – качество его услуг. В настоящее время правительство, бизнес и в целом всё общество ожидают, что качественные услуги, которые будут предоставлены аудиторским сектором. Это приоритетная задача дальнейшего совершенствования аудиторской деятельности, чтобы формировать и поддерживать доверие бизнесу и обществу к результатам аудита.

К сожалению, сегодня в РФ аудит финансовой отчетности не настолько признан как в развитых странах, так как не является таким мощным инструментом построения цивилизованных и эффективных рыночных отношений между субъектами.

Расширение учетной модели за счет более полного раскрытия логической структуры теоретических построений, уточнения категориального аппарата и введения новейших требований к уровню компетентности субъектов учетной деятельности позволит поднять качество информации, генерируемой учетной системой, чтобы удовлетворить потребности различных групп пользователей финансовой отчетности.

Библиографический список

1. Бархатов А.П. Бухгалтерский учет внешнеэкономической деятельности. Учебное пособие для бакалавров. 10-е изд., стер. - М.: Дашков и К, 2020. - 266 с.
2. Богаченко В. М. Бухгалтерский учет. Учебник. - М.: Феникс, 2020. - 538 с.
3. Качкова О. Е., Баранова Е. Н., Алейникова М. Ю. Бухгалтерский финансовый учет. Учебник. - М.: КноРус, 2020. - 552 с.
4. Дружиловская Э.С. Современные проблемы бухгалтерского учета с точки зрения аналитиков. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-problemy-buhgalterskogo-ucheta-s-tochki-zreniya-analitikov> (Дата обращения 26.04.2022).
5. Косова Екатерина Владимировна Проблемы внедрения МСФО в России // Вестник науки и образования. 2019. №9-1 (63). Режим доступа - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemny-vnedreniya-msfo-v-rossii-1> (дата обращения: 28.04.2022).
6. Проблемы развития бухгалтерского учета в современных условиях [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://bank.nauchniestati.ru/primery/nauchnaja-statja-na-temu-problemy-razvitiya-buhgalterskogo-ucheta-v-sovremennyh-usloviyah/> (Дата обращения 26.04.2022).

УДК 657

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Демичева Е.А., бакалавр 2-го курса

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

Аннотация: в работе рассказывается о проблемах бухгалтерского учета и отчетности, возникающих в организациях Российской Федерации, которые оказывают большое влияние на развитие экономики нашей страны.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, автоматизация, автоматизированные программы, информационные технологии, 1С: Бухгалтерия, реформирование, МСФО (Международные стандарты финансовой отчетности), ФСБУ (Федеральные стандарты по бухгалтерскому учету).

ACTUAL PROBLEMS OF ACCOUNTING DEVELOPMENT IN MODERN CONDITIONS

Demicheva E.A., bachelor of the 2st year

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

Annotation: the paper describes the problems of accounting and reporting that arise in organizations of the Russian Federation, which have a great impact on the development of the economy of our country.

Keywords: accounting, automation, automated programs, information technologies, 1С: Accounting, reforming, IFRS (International Financial Reporting Standards), FSB (Federal Accounting Standards).

Ведение бухгалтерского учета абсолютно в любой организации является одной из ключевых задач, выполнение которой, всегда должно быть осуществлено с мельчайшей точностью. Дело в том, что он непосредственно связан с жизнью организации и охватывает все возможные отрасли, существующие в ней.

Бухгалтерский учет характеризует собой систему сбора, регистрации и обобщения полной и достоверной информации, которая обязательно должна быть зафиксирована в документах. Информация, представленная в них, обязательно должна иметь стоимостное выражение, относительно активов, обязательств, доходов и расходов организации. В общем понимании бухгалтерский учет показывает сложившуюся финансовую картину той или иной организации. Он создает финансовые отчеты, которые необходимы не только для руководящих органов, но и для других заинтересованных сторон, таких как акционеры, кредиторы, банки и другие. Бухгалтерия регистрирует все процессы, которые связаны с денежными средствами организации.

Согласно закону «О бухгалтерском учете» учет должен быть произведен своевременно, согласно требованиям и правилам его ведения. Цена

ошибки, может быть очень велика, поэтому помимо бухгалтерского отдела финансовую отчетность могут производить и независимые эксперты, так называемые аудиторы. Посредством тщательной проверки той или иной организации, аудитор способен выявить ошибки касаемые не только ведения бухгалтерского учета, но и точности цифр.

Бухгалтерский учет начал свое развитие очень давно. Он не был запланирован и специально разработан для ведения учета денежных средств. Бухгалтерский учет произошел стихийно, как необходимость. В течение длительного периода времени, по мере развития общества и технологий, бухгалтерский учет не раз подвергался изменениям.

В России есть достаточно большое количество проблем, которые имеют непосредственное отношение к бухгалтерскому учету. Эти проблемы касаются управленческого и финансового учета. Сейчас время цифровых технологий, поэтому организациям, чтобы не отставать от развития цифровизации, необходимо переходить на автоматизированные программы, отказываясь при этом от рабочей силы. Учет, как известно, осуществляют с помощью программ, которые способны не только улучшить систему составления и анализа бухгалтерской отчетности, но и ускорить процесс учета, избегая человеческого фактора.

Компьютерный учет строился в соответствии с Федеральным Законом «О бухгалтерском учете» и другими нормативно-правовыми актами, которые предусматривают порядок ведения бухгалтерского учета. Правильное ведение бухгалтерского учета способно повысить прибыльность организации, за счет принятия решений в условиях риска. Как говорилось выше, это происходит из-за того, что все отрасли финансово-хозяйственной деятельности отражены именно в бухгалтерских документах.

Качественное ведение бухгалтерского учета, в какой-то степени, может стать гарантией эффективного управления деятельностью той или иной организации.

Разработка более новых программ для ведения учета позволяет улучшить работы всей организации, за счет того, что в электронном носителе хранятся все данные, касаемые финансово-хозяйственной деятельности организации. Они дают возможность отслеживать договоры, быстрее рассчитывать заработную плату работником, следить за складскими помещениями, а также за снабжением и реализацией продукции.

Компьютерная техника начинает заменять бухгалтеров за счет того, что работа программ значительно превышает возможное количество времени для обработки получаемой информации, чем это делают даже самые опытные специалисты. С помощью них можно не только увеличить скорость работы, но и уменьшить число всевозможных арифметических ошибок, которые может допустить человек из-за невнимательности. По этой причине организация может понести большие убытки. Цифровые техноло-

гии помогают более объективно оценить текущее состояние и перспективы развития организации.

Каждая современная организация обладает большим числом финансовых потоков. Множество документов и контрактов требуют автоматизации бухгалтерской деятельности. Хранение необходимой информации, содержащейся в бумажных носителях, является неэффективным. Благодаря компьютеризации организации, пропадает необходимость в создании бумажных архивов, для хранения необходимой информации, с помощью которой осуществляется деятельность организации.

Переход к компьютерному учету предполагает наведение порядка в плане счетов, системе бухгалтерских проводок и отчетности. Автоматизация влечет за собой более четкую работу всех служб. Использование современных технологий позволило организациям быть всегда в курсе всех возможных изменений, которые регистрируют в законодательстве, а также фиксировать все проводимые финансовые и хозяйственные операции в организации в соответствии с существующим законодательством. Важной задачей организации является наблюдение за выпуском обновлений программного обеспечения для выполнения должного учета.

Развитие информационных технологий позволило оценить все преимущества автоматизации бухгалтерского учета. Благодаря компьютерным разработкам в сфере бухгалтерского учета, значительно повысилась работоспособность организаций. Один работник стал выполнять намного больший объем работы, чем это было раньше, не теряя при этом большее количество времени.

В настоящее время в России стремительно развивается программное обеспечение под названием «1С: Бухгалтерия». Оно обеспечивает упрощенное ведение бухгалтерского учета и отчетности в различных организациях. Для этого программного обеспечения характерны периодические обновления, которые могут быть связаны с какими-либо изменениями в законодательстве Российской Федерации.

1С: Бухгалтерия позволяет формировать и предоставлять учет всех финансово-хозяйственных операций не только для самой организации, но и для всевозможных государственных инстанций. [1]. Благодаря автоматизированной программе «1С: Бухгалтерия», у организаций больше нет необходимости пользоваться различного рода программами. В этом программном обеспечении возможно осуществление учета всех видов деятельности организации. Важно отметить, что она достаточно проста в освоении и не требует от работников бухгалтерии каких-либо специальных навыков. Что также является положительной стороной цифровизации бухгалтерского учета.

Еще одной важной проблемой бухгалтерского учета является сближение с международными стандартами. Международные стандарты финансовой отчетности представляют собой совокупность тех или иных до-

кументов, касаемых определенных правил составления финансовой отчетности.

Целью реформирования системы бухгалтерского учета является приведение национальной системы бухгалтерского учета в соответствие с требованиями рыночной экономики и международными стандартами финансовой отчетности (МСФО) [2]. Реформирование осуществлялось для того, чтобы сформировать общую систему стандартов бухгалтерского учета и отчетности, которая могла бы предоставлять всю необходимую информацию не только пользователям конкретной страны, но и для резидентов, инвесторов других стран и других, для принятия ими экономических решений по отношению к организации.

Однако, МСФО в России обязателен к применению далеко не всем организациям. Так его применение должно осуществляться в кредитных учреждениях, страховых компаниях и негосударственных пенсионных фондах, акционерным обществам и другим.

Важным моментом в реформировании является разработка Министерством финансов Российской Федерации новых стандартов по бухгалтерскому учету. Внедрение новых федеральных стандартов по бухгалтерскому учету (ФСБУ) является задачей Минфина РФ. ФСБУ разрабатываются согласно существующим положениям в МСФО и являются основными нормативными документами, касаемыми регулирования бухгалтерского учета в России.

Необходимость этого процесса заключается в том, что внедрение МСФО в российскую экономику дает возможность отечественным организациям выходить на зарубежные фондовые рынки, что способствует развитию национальной экономики. Ежегодно Министерство финансов разрабатывает около трех стандартов, которые обязательны к применению в бухгалтерском учете крупных организаций и желательны к применению в более мелких. Это делается для того, чтобы российские организации имели возможность сотрудничать с зарубежными компаниями.

Применение международных стандартов помогает узнать политику ведения финансовой отчетности различных стран. Благодаря этому появляется возможность сравнить результаты собственной деятельности и деятельности других предприятий в сфере бухгалтерского учета.

Важно отметить, что Международные стандарты финансовой отчетности предназначены далеко не для всех организаций. Это касается только тех, кто имеет или может иметь доступ к иностранным рынкам, а также тех, кто способен к конкуренции на международном уровне. То есть крупные организации, функционирующие на отечественном рынке.

Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать вывод, что в настоящее время формирование и расширение возможностей бухгалтерского учета еще не достигло своего пика. Нынешние технологии развиваются во всех сферах жизнедеятельности человека, в том числе они охваты-

вают сферу бухгалтерского учета. Благодаря этому ведение бухгалтерского учета совершенствуется с каждым днем. Руководителям различных организаций намного проще принимать всевозможные управленческие решения, обладая всей достоверной информацией в программе, установленной на персональном компьютере. Неотъемлемой частью в работе программ является их совершенствование, связанное с любыми законодательными изменениями в стандартах ведения бухгалтерского учета. Все это помогает бухгалтерскому учету совершенствоваться не только на отечественном рынке, но и выходить на более крупный международный рынок.

Библиографический список

1. Айти Консалдинг. Какие 1С программы существуют? История развития программного обеспечения 1С. – [Электронный ресурс] – Режим доступа URL: <https://itcons99.ru/chasto-zadavaemye-voprosy/istoriya-razvitiya-programm-1s/> (дата обращения: 02.05.2022)
2. Консультант Плюс. Постановление Правительства РФ от 06.03.1998 N 283 "Об утверждении Программы реформирования бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности" – [Электронный ресурс] – Режим доступа URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_18125/ba9b085f177621c2b173993a2b3dc54b0d0eb053/ (дата обращения: 02.05.2022)
3. Минфин России. Федеральные стандарты бухгалтерского учета. – [Электронный ресурс] – Режим доступа URL: <https://minfin.gov.ru/performance/accounting/accounting/legislation/positions/> (дата обращения: 02.05.2022)

УДК 657.6

РОЛЬ ИНИЦИАТИВНОГО АУДИТА БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

*Кокорева В.И., Лучкина А.Д. бакалавры 2-го курса
Научный руководитель: Кулакова Н.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация: К сожалению, не каждый руководитель знает, что такое «аудит» и понимает, для чего же он нужен. Некоторые считают, что достаточно того, что налоговые органы провели необходимые проверки, а кто-то предполагает, что после проверки налоговых служб, аудиторам уже нечего будет делать в организации. Но стоит разобраться, правильно ли это и стоит ли все-таки проводить аудиторские проверки? Какие существуют аудиторские проверки и как их правильно проводить?

Ключевые слова: аудит, бизнес, отчетность, финансовый учет, бизнес-процессы.

THE ROLE OF PROACTIVE AUDIT WITHOUT BUSINESS PROCESSES

*Kokoreva V.I., Luchkina A.D. 2nd year bachelors
Supervisor: N.N. Kulakova, Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the Financial University*

Abstract: Unfortunately, not everyone in charge knows what an "audit" is and understands why it is needed. Some believe that it is enough that the tax authorities have carried out the necessary checks, and someone assumes that after checking the tax services, the auditors will have nothing to do in the organization. But it is worth figuring out whether this is correct and whether it is still worth conducting audits? What kind of audits exist and how to conduct them correctly?

Keywords: audit, business, reporting, financial accounting, business processes.

В какой бы сфере компания ни осуществляла свою деятельности, есть большая вероятность, что в какой-то период времени ей может понадобиться аудиторская проверка.

Несмотря на то, что обязательность проведения аудита сократилась, владельцам бизнеса интересно узнать о состоянии финансовой отчетности компании, о имеющихся налоговых рисках. Все это позволяет сделать инициативный аудит. Когда же он необходим и по каким направлениям проводится?

Для ответа на поставленный вопрос необходимо сначала разобраться, что же такое аудит?

Аудит – это независимая оценка бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица в целях выражения мнения о достоверности такой отчетности [9, С. 8].

Понятие «аудит» значительно шире, чем просто «контрольная функция и ревизия». Аудиторы помимо проверочных работ выполняют задачи по оптимизации налоговой и экономической деятельности компании, ориентированной на увеличение прибыли и рационального использования средств.

Аудит бизнеса – это процесс, посредством которого независимая экспертная компания, имеющая на то государственное разрешение и состоящая в саморегулируемой организации, проводит независимую оценку финансовой системы компании. То есть аудит бизнеса подтверждает достоверность финансовой отчетности. Исследования необходимы, чтобы определить реальное состояние дел, повысить эффективность и оптимизировать затраты. К тому же это один из лучших способов преодоления кризиса конкретной компании.

Любой бизнес на протяжении своей деятельности ведет финансовый учет и отражает в системе, например, 1С, каждую финансовую хозяйственную операцию, такие как: оплата труда, составление договора, продажа, покупка и так далее. На основании произведенных операций компания исчисляет налоги, рассчитывает заработную плату и считает чистую прибыль. Все это производится по правилам и регламентируется государством и налоговыми органами.

Таким образом, аудит – это проверка правильного исчисления каждой операции и составления отчетности. По сути, это проверка всего учета. После проведения аудита компания получает заключение, регламентированное

ванной формы, где специалист выражает свое мнение о достоверности финансовой отчетности. К заключению также прилагается отчет, в котором аудитор отражает корректность каждой статьи участка, например, насколько верно отражены основные средства, насколько верно рассчитана заработная плата, и если неверно, то почему?

На рисунке 1 предоставлены виды аудита.



Рисунок 1. Виды аудита

Обязательный аудит - это проверка, которую требует государство, например, если компания является акционерным обществом или выручка превышает 800 млн.руб. Обязательный аудит может выявить ряд ошибок и серьезных нарушений, которые в последствие усложняют работу компании. Грамотный специалист быстро выявит недочеты и «подводные камни», даст четкие рекомендации по их устранению, чем обезопасит бизнес.

В ФЗ от 30.12.2008 г. №307-ФЗ «Об аудиторской деятельности» представлены основания, необходимые для обязательного аудита. Обязательный аудит проводится: в акционерных обществах; кредитных организациях; страховых организациях; обществах взаимного страхования; на товарных или фондовых биржах; в инвестиционных фондах; в иных случаях, установленных федеральными законами [5, С.552].

Инициативный аудит актуален, когда компания хочет самостоятельно проверить свою текущую отчетность, например, при покупке бизнеса, привлечении инвестиций и прочее. Это помогает удостовериться в эффективности сделки и избежать финансовых потерь, а также обнаружить недобросовестных сотрудников.

В отличие от обязательного аудита, инициативный проводится добровольно. Никаких штрафов за его отсутствие не установлено. Для проведения инициативного аудита компании не нужно соответствовать определенным критериям, которые установлены для обязательного аудита (ст. 5 ФЗ от 30.12.2008 г. №307-ФЗ «Об аудиторской деятельности»). При этом не возбраняется проведение компанией обязательного и инициативного аудита за один и тот же календарный год.

В каких же случаях необходимо инициировать проведение аудита? Инициативный аудит прежде всего интересен собственникам компании, поскольку аудиторская проверка проводится на добровольных началах, то владелец бизнеса очерчивает круг вопросов, которые его волнуют. К ним можно отнести:

- ✓ «Узкие» вопросы, связанные с отдельным блоком учета.
- ✓ Подготовка к предстоящей налоговой проверке.
- ✓ Также инициативный аудит будет актуален для небольших компаний, где нет в штате должности кадровика. Для такой компании будет интересен аудит кадровой документации.
- ✓ При проведении реорганизации, для последующей продажи части бизнеса.
- ✓ Инициативный аудит необходим компаниям, который планируют привлекать крупные займы или кредиты. Им необходимы заключения о достоверности показателей финансовой отчетности.
- ✓ Может проводиться для оценки инвестиционной привлекательности компании.
- ✓ Такой аудит необходим и при смене главного бухгалтера или руководителя.

Таким образом, инициативный аудит востребован в самых разнообразных ситуациях.

Некоторые действия собственными силами выполнить достаточно трудно [9], а главным в этом списке является контроль, осуществлять который выгодно и удобно силами привлеченных экспертов.

Кто же вправе оказывать услуги по инициативному аудиту? Обязательный аудит могут проводить только аудиторские компании, индивидуальные аудиторы этим заниматься не имеют права. В отношении инициативного аудита ситуация следующая: индивидуальные аудиторы не могут проводить инициативный аудит, а также оказывать сопутствующие ему услуги только общественно значимым организациям, в отношении остальных компаний запрета нет. Но стоит заметить, что запрет будет действовать, начиная с отчетности за 2023 года. К общественно значимым организациям относятся:

- ПАО;
- Компании, чьи ценные бумаги обращаются на организованных торгах;
- Банки;
- Страховые компании и общества взаимного страхования,
- НПФ, ПИФ;
- Профессиональные участники рынка ценных бумаг,
- Клиринговые компании,
- Госкорпорации,
- Компании, у которых в уставном капитале доля государственной собственности составляет более 25%.

Инициативный аудит таких фирм за 2023 год и последующие годы могут проводить только аудиторские компании, которые внесены в реестр

аудиторов, оказывающих данные услуги общественно значимым организациям.

В какое время проводится инициативный аудит? Инициативный аудит может проводиться в любое удобное для собственника время, ведь его результаты не нужно предоставлять контролирующим органам. Конечно, целесообразно провести аудит в преддверии формирования годовой бухгалтерской отчетности для того, чтобы «по горячим следам» исправить выявленные недочеты в бухгалтерском и налоговом учете.

Как правило, по итогам аудита дается отчет, в котором содержится свод выявленных нарушений и рекомендаций по устранению их. Конкретные сроки проведения аудита обговариваются, согласовываются с собственником бизнеса и прописываются в договоре оказания данных услуг.

Как проходит инициативный аудит? Для того, чтобы провести аудит аудиторская компания совместно с инициаторами проверки обозначает перечень вопросов, оценивает трудозатраты и стоимость. Сам механизм проведения проверки такой же, как при обязательном аудите. Различается только программа проведения аудита и отчет по его итогам. Для того, чтобы избежать разногласий с заказчиком, необходимо изначально определиться с формой выдачи и с надлежащей получателям информации по итогам аудита.

Проведение инициативного аудита включает в себя следующие этапы:

- 1) Подготовительный (изучение деятельности компании, расчет времени на проведение аудита)
- 2) Планирование (подготовка рассматриваемых вопросов, подбор специалистов, составление программы проверки)
- 3) Проведение проверки (выход специалистов к заказчику, либо аудит по согласованию с заказчиком может проводиться на территории аудиторской компании или даже онлайн)
- 4) Заключительный (выдача отчета по результатам аудита)

Отметим, что работа аудиторов не ограничивается только выдачей итогового отчета. Как правило, может понадобиться более подробная консультация юристов, восстановление запущенного учета, разработка системы внутреннего контроля и прочие аудиторские услуги.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 30.12.2008 N 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности» // Справочно-Правовая система Консультант Плюс, 2022г.
2. Арабян, К.К., Теория аудита: монография / К.К. Арабян. — Москва: Русайнс, 2020. — 192 с.
3. Барышников, Н.Г., Бухгалтерский учет, анализ и аудит: учебное пособие / Н.Г. Барышников, Д.Ю. Самыгин, О.В. Лосева. — Москва : КноРус, 2022. — 507 с.
4. Бурсулая, Т.Д., Налоговый аудит: учебное пособие / Т.Д. Бурсулая. — Москва: Русайнс, 2020. — 582 с.

5. Бухгалтерский учет и аудит: учебник / А.В. Зонова, И.Н. Бачуринская, Т.М. Рогуленко [и др.]. — Москва: КноРус, 2022. — 567 с.
6. Внутренний аудит: учебник / О.С. Дьяконова, В.А. Гузь, С.В. Пономарёва [и др.]; под ред. Т.М. Рогуленко. — Москва : КноРус, 2021. — 181 с.
7. Егорова, И.С., Аудит: учебное пособие — Москва : КноРус, 2022 - 537 с.
8. Конопляник, Т.М., Основы аудита: учебное пособие / Т.М. Конопляник, Н.А. Мухарева. — Москва: КноРус, 2021. — 311 с.
9. Кулакова Н.Н., Козлова Е.В.. Анализ противоречий, возникающих между бухгалтерским и налоговым учетом доходов и расходов // Калужский экономический вестник. 2018. № 4. С. 34-37
10. Суйц, В.П., Аудит: учебник. - Москва: КноРус, 2022 - 287 с.
11. Гарнов, А.П., Инновации: пути развития цифровой экономики и финансовых рынков: монография / А.П. Гарнов. — М.: Русайнс, 2022 - 116 с.

УДК 657

ПРИМЕНЕНИЕ МСФО ПРИ ПОДГОТОВКЕ КОНСОЛИДИРОВАННОЙ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Матюшкина Е.В. бакалавр 2-го курса

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

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация: В работе обобщены и представлены понятия бухгалтерской отчетности, изучены механизмы подготовки финансовой отчетности, а также выведены методики применения Международных стандартов финансовой отчетности.

Ключевые слова: бухгалтерская (финансовая) отчетность, МСФО, хозяйствующий субъект, финансовый результат организации, материнская компания, дочерняя компания.

IMPROVING FINANCIAL LITERACY CITIZENS OF RETIREMENT AGE

Matyushkina E.V.. bachelor's degree of the 2nd year

Supervisor: N. N. Gubernatorova, Candidate of Economics

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract: The paper summarizes and presents the concepts of accounting statements, examines the mechanisms for preparing financial statements, and also deduces methods for applying International Financial Reporting Standards.

Keywords: accounting (financial) statements, IFRS, business entity, financial result of the organization, parent company, subsidiary.

Введенные европейскими государствами и другими странами в настоящее время санкции в отношении Российской Федерации естественно, создают проблемы при реализации намеченных планов модернизации экономики. Сложившаяся ситуация требует срочного вмешательства и принятия мер по инвестированию дополнительных рычагов, направленных на повышение эффективности экономики в стране в случае экстренных

ситуаций. Здесь можно отметить несколько важных факторов решения вопросов деятельности субъектов в финансовой сфере, экономических отношений нашего государства с другими государствами.

Составление отчетности для современного бухгалтера является важной и первостепенной задачей. В настоящее время бухгалтерское дело не стоит на месте. С развитием экономики, денежно-кредитной политики, системы налогообложения и бизнеса в целом, изменяется и ведение бухгалтерского учета. Одной из многочисленных проблем прогрессирования является то, что функционирование бизнеса как многоуровневой системы выходит на совершенно иной, международный уровень. Появляется необходимость в создании общих определенных стандартов, подходящих не только под законодательную базу одной страны, но и множество государств в мире. Такую возможность позволяют осуществить Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО).

МСФО – свод нормативных документов в целях регулирования бухгалтерского учета, регламентирующих требования к составлению финансовой отчетности, предоставляющей раскрытие информации о состоянии организации пользователям, а также руководителю организации для принятия справедливых экономических решений. МСФО разрабатываются Советом по МСФО, который представляет собой независимый орган, отвечающий за разработку, публикацию, а также и контроль за применением стандартов ведения бухгалтерского учета. И хотя в России применять международные стандарты обязаны лишь некоторые организации, тем не менее Министерство Финансов РФ интенсивно внедряет программу по усовершенствованию бухгалтерского учета и отчетности на основе МСФО. На данный момент МСФО обязательны к применению в 145 странах мира, их число продолжает расти.

Минфин РФ постепенно внедряет Федеральные стандарты бухгалтерского учета (ФСБУ), которые приближают ведение учета в соответствии с МСФО, таким образом, Положения по бухгалтерскому учету (ПБУ) постепенно отменяются. Россия постепенно переходит на новые стандарты в связи с тем, что они позволяют облегчить ведение бухгалтерского учета и позволяют российским организациям формировать отчетность по требованиям наиболее приближенным к международным стандартам.

Когда бухгалтер составляет отчет о финансовом положении компании, то он рассматривает показатели лишь одной конкретной фирмы. Безусловно, это очень важно и полезно, однако в условиях современного развития бизнеса очень редко компания представлена одним юридическим лицом, обычно это две-три компании, бывают также компании с многочисленными филиалами по всей стране. Дело даже не в том, что это значительно оптимизирует налогообложение, но и в принципе данная система позволяет сделать управление бизнесом и денежными потоками более гибким. В данном случае уместно упомянуть развитие крупного бизнеса в

России, результатом которого являются компании, выходящие на международный рынок финансов и привлекающие капитал зарубежных стран. Именно поэтому составление отчетности отдельной компании, несмотря на всю ее значимость постепенно замещается сбором и составлением общей по всем предприятиям отчетности, которая называется консолидированной финансовой отчетностью, что важно как для собственника бизнеса, которому необходимо знать состояние групп компаний, так и для инвесторов, которые оказывают финансовую поддержку.

Итак, согласно федеральному закону от 27.07.2010 № 208-ФЗ (ред. от 26.07.2019, с измен. от 07.04.2020) «О консолидированной финансовой отчетности», «...под консолидированной финансовой отчетностью понимается систематизированная информация, отражающая финансовое положение, финансовые результаты деятельности и изменения финансового положения организации, которая вместе с другими организациями и (или) иностранными организациями в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности.», и определяется МСФО (IFRS) 10 «Консолидированная финансовая отчетность». Целью МСФО 10 является осуществление контроля, подготовка консолидированной финансовой отчетности, определение требований к бухгалтерскому учету и идентификация инвестиционной компании.

Вышесказанный тип отчетности обязаны формировать лишь те организации, на которых распространяются требования данных стандартов. Таким образом, составлять консолидированную финансовую отчетность обязаны кредитные, страховые, клиринговые организации, управляющие компании инвестиционных фондов, в том числе паевых, негосударственных пенсионных фондов, а также сами негосударственные пенсионные фонды, и другие компании, чьи ценные бумаги допущены к организованным торгам, а также федеральные государственные унитарные предприятия и открытые акционерные общества, акции которых находятся в федеральной собственности.

В соответствии с МСФО 10, организация имеет право не составлять сводную бухгалтерскую отчетность, если она соответствует ряду условий: сама является дочерней компанией; ее долговые и долевыми инструментами не обращаются на открытом рынке; не представляет свою финансовую отчетность комиссии по ценным бумагам.

Определение того, является ли компания инвестиционной, играет главную роль в формировании консолидации. Таким образом, в соответствии с МСФО, «инвестиционной называется организация, которая получает средства от инвесторов, целью ее деятельности является инвестирование средств для получения доходов, оценивает результат своей деятельности по справедливой стоимости.» Если организация становится инвестиционной, она должна прекратить консолидацию отчетности с даты изменения ее положения, однако инвестиционная организация составляет

консолидацию, если у нее имеется дочерняя структура, также оказывающая услуги инвестирования.

Для заинтересованных пользователей инвестиционной компании необходимо предоставить дополнительную информацию о числе инвесторов, суммах инвестиций, раскрыть структуру собственных источников формирования капитала, которая отразит перемещение инвестиционных доходов.

До начала свода всех отчетностей предприятия в консолидированную, необходимо определить периметр всех подразделений, которые образуют группу совместно с материнской компанией, которые попадут под консолидацию и составить единую учетную политику. В случае, если одна из дочерних организаций, попадающая под составление консолидации, осуществляет свою деятельность в соответствии с иной учетной политикой нежели вся группа предприятий, то необходимо внести корректировки, которые будут соответствовать общей учетной политики. Таким же образом прослеживается то, что все сведения обязаны быть приведены к отчетной дате, которая будет соответствовать отчетной дате головной компании. Если даты материнской компании не совпадают с одной из ее дочерних компаний, то дочерняя компания формирует дополнительные отчеты, сводя все к единой отчетной дате. Консолидированная отчетность составляется с прохождением следующих этапов: во-первых, статьи материнской организации объединяются с соответствующими статьями подразделений организации. Объединению подлежат статьи активов, обязательств, доходов, расходов, собственного капитала, денежных потоков. Во-вторых, производится исключение балансовой стоимости инвестиций головной организации в каждый ее филиал или подразделение, а также доли ее вкладов в собственный капитал этих организаций.

В соответствии с МСФО 27 существует ряд процедур составления сводной отчетности. Таким образом, для начала необходимо сформировать оборотно-сальдовую ведомость по счетам каждой организации, входящих в группу. Затем производится проверка и объединение всех статей, при этом вычеркивается дебиторская и кредиторская задолженности между основной организацией и ее подразделениями, а также корректируется стоимость деловой репутации (положительной).

В консолидированной отчетности величина уставного капитала равна величине уставного капитала головной организации.

Если говорить о МСФО 10 «Консолидированная финансовая отчетность», то данный стандарт подразумевает контроль группы взаимосвязанных предприятий единственным инвестором. Для осуществления эффективного контроля, инвестору необходимо соблюдение ряда факторов. Первым таким фактором являются властные полномочия над объектом инвестиции, т.е. инвестору необходимо иметь право и полномочия влияния на данный объект для того, чтобы получать доходность, вытекающую

из управления деятельностью. Так же объект инвестиций может приносить как выгоду, так и убыток, и инвестор должен быть к этому готов, поэтому вторым фактором является подверженность переменному результату деятельности. Влияние на переменные результаты деятельности, вытекающие из использования объекта инвестиций, ведут к третьему фактору контроля – возможностью применять свою власть к этому объекту.

Контроль может быть коллективным. Если капитал контролируется не полностью, то есть часть находится в собственности головной компании, а другая часть принадлежит самому филиалу, то в данном случае, капитал показывается раздельно и операции с неконтролируемой частью капитала отражаются как действия отдельной частью капитала.

За частую, необходимость составления сводной финансовой отчетности возникает перед организациями, решившими объединиться в один бизнес. В таком случае, организация, которая является инвестором, должна произвести оценку и принять к учету полученное имущество и обязательства, а также гудвилл и опубликовать данную информацию в интересах пользователей для изучения финансовых результатов совершаемой сделки. Затраты при объединении организаций в данном случае относятся на затраты текущего периода. А активы и обязательства оцениваются по согласованной стоимости.

Однако инвестору необходимо помнить, что если материнская компания теряет контроль над дочерней, то она прекращает признание активов и обязательств, признает по справедливой стоимости оставшиеся инвестиции в бывшую дочернюю организацию на дату утраты контроля, а также учитывает прибыль или убыток в результате потери контроля.

Чтобы правильно обрабатывать большой объем данных, при формировании консолидированной финансовой отчетности используется один из следующих методов. Первый метод, это метод полной консолидации, который применяется при составлении консолидации отчетов головной компании, зависимых от дочерних, при этом складываются показатели одинаковых статей. Особенностью метода является необходимость четкого разграничения структуры компаний.

Метод долевого участия предполагает то, что инвестор имеет долю капитала организации, ноне является его членом. Особенностью является то, что финансовый результат базируется на фактической стоимости доли.

Еще одним методом является метод объединения интересов. Этот метод определяется тем, что границы материнской организации размыты в силу того, что фирмы в равной степени владеют предприятием. В данном случае каждая из фирм отражает в своей отчетности информацию, затрагивающую все дочерние предприятия.

При всем вышесказанном, необходимо помнить, что годовая консолидированная бухгалтерская отчетность подлежит обязательному аудиту. Аудиторское заключение формируется и публикуется совместно с отчет-

ностью. В соответствии с Федеральным законом № 208, данная отчетность предоставляется участникам или собственникам организации, а в ряде случаев и Центральному Банку РФ.

При составлении консолидации существует также такое понятие как трансформация финансовой отчетности. Это процесс, в ходе которого финансовой отчет, составленный в соответствии с российскими стандартами ведения бухгалтерского учета, корректируется и перегруппировывается в отчетность, составленную в соответствии с МСФО. Преимуществом трансформации является невысокие финансовые и временные затраты, но при этом возникает риск информационной ошибки.

Подводя итоги и обобщая всю вышеперечисленную информацию, можно отметить ряд следующих выводов. Как следствие, отчетность позволяет получать полную информацию об экономическом и финансовом положении отдельных субъектов, объединяющих группы финансовых компаний. Применение Международных стандартов в целях составления консолидированной финансовой отчетности является эффективным инструментом формирования необходимой и достоверной информации внутренним и внешним пользователям, благодаря консолидации, инвестор может оценить общую картину финансового состояния организации, необходимой для принятия точных экономических решений.

Информация, полученная на основе данных сводной отчетности, позволяет проанализировать кредиторскую задолженность, величину имущества организации и источники его образования. Для того, чтобы подготовить консолидированную финансовую отчетность, необходимо для начала понять всю сложность данного процесса, который требует изначальной подготовки, а также наличия высококвалифицированных работников и эффективно работающего программного обеспечения, позволяющего точно и без погрешностей составить консолидацию всей группы с учетом характеристик бизнеса.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 27.07.2010 № 208-ФЗ (ред. от 26.07.2019, с измен. от 07.04.2020) «О консолидированной финансовой отчетности» [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_330071/ (дата обращения 25.04.2022) — Текст: электронный.
2. «Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 10 «Консолидированная финансовая отчетность» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 № 217н) (ред. от 27.06.2016) [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_202317/ (дата обращения 25.04.2022) — Текст: электронный.
3. «Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 3 «Объединения бизнесов» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 № 217н) (ред. от 17.02.2021) [Электронный ресурс]

URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_380190/ (дата обращения 30.04.2022) — Текст: электронный.

4. Внедрение МСФО в России: проблемы и перспективы : сборник статей / В.Г. Гетьмана, С.Н. Гришкиной, В.П. Сидневой, — Москва : Русайнс, 2021. — 242 с. [Электронный ресурс] URL: <https://book.ru/book/938949> (дата обращения: 25.04.2022). — Текст: электронный.

УДК 657.47

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ЗАТРАТ И СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Романова И.А., Саяпин М.А., студенты 3 курса

Научный руководитель: Турчаева И.Н., к.э.н., доцент

Российский государственный аграрный университет – МСХА им. К.А. Тимирязева, Калужский филиал

Аннотация. В статье обозначена роль управленческого учета в принятии решений в агробизнесе; обобщены понятия себестоимости и калькуляции; дана краткая характеристика основных методов учета затрат; приведены некоторые проблемные аспекты распределения затрат на примере конкретной сельскохозяйственной организации.

Ключевые слова: управленческий учет, учет затрат, себестоимость, калькуляция

FEATURES OF COST ACCOUNTING AND THE SPECIFICS OF THE FORMATION OF THE COST OF AGRICULTURAL PRODUCTS

Romanova I.A., Sayapin M.A., 3rd year students

Supervisor: Turchaeva I.N., Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga branch of the Russian State Agrarian University - Moscow Timiryazev Agricultural Academy

Abstract. The article outlines the role of management accounting in decision-making in agribusiness; summarizes the concepts of cost and calculation; gives a brief description of the main methods of cost accounting; presents some problematic aspects of cost allocation on the example of a specific agricultural organization.

Keywords: management accounting, cost accounting, cost, calculation

Юридическая и экономическая самостоятельность сельхозтоваропроизводителей в условиях рыночных отношений обуславливает потребность во внедрении системы управленческого учета, основной целью которого, как известно, является обеспечение полной, релевантной и своевременной информацией руководства организации для принятия оптимальных управленческих решений. Решения могут быть весьма разноплановыми, в том числе, в части поиска оптимальных каналов сбыта производимой сельскохозяйственной продукции и выбора покупателей, гарантирующих приемлемую цену реализации, поскольку именно стадией сбыта конечного продукта завершается кругооборот капитала и появляется финансовая основа

для возобновления следующего цикла производства. Общеизвестно, что для расширенного воспроизводства необходимо, чтобы цена реализации превышала себестоимость готового продукта.

Напомним, что под себестоимостью продукции понимаются текущие затраты производственных ресурсов (затраты на простое воспроизводство). Иначе говоря, себестоимость определяется, как «стоимостная оценка используемых в процессе производства продукции природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных средств, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство» [1]. В методических рекомендациях по бухгалтерскому учету затрат [2], отмечено, что «себестоимость характеризуется величиной затрат в денежном выражении на производство конкретных видов выпущенной (валовой) продукции и на ее калькуляционную единицу».

В этой связи к основным задачам учета производственных процессов и затрат, ими обусловленных, следует отнести:

1. определение фактических издержек на производство, как по носителям и статьям затрат, так и по подразделениям (центрам ответственности) и организации в целом, а также своевременное, полное и точное их отражение на счетах бухгалтерского учета;
2. установление размеров незавершенного производства;
3. определение и учет фактического объема произведенной сельскохозяйственной продукции по видам, качеству, подразделениям, организации в целом;
4. исчисление фактической себестоимости каждого вида продукции (в том числе, основной, сопряженной и побочной), как в целом по организации, так и по отдельным структурным подразделениям;
5. определение экономического результата производства и контроль рационального использования ресурсов.

Для решения обозначенных задач существуют альтернативные подходы, как к формированию, обобщению и контролю информации об издержках производства (текущих затратах), так и к процессу калькулирования себестоимости продукции. Выбор конкретных методов, способов и приемов зависит от специфики деятельности субъекта агробизнеса, видов и объемов производимой сельхозпродукции, хозяйственной структуры и иных факторов.

В настоящее время для организации процесса учета затрат сельскохозяйственным товаропроизводителям рекомендованы к применению следующие варианты:

1. Калькуляционный (традиционный). Информация о затратах по обычным видам деятельности формируется общепринятым способом с применением счетов 20-29 Плана счетов бухгалтерского учета [1].
2. Учет затрат по обычным видам деятельности с применением отдельных счетов по элементам и калькуляционных счетов в единой систе-

ме. Учет затрат при данном варианте ведется в два этапа: на первом – учитывают затраты по элементам на специальных собирательных синтетических счетах и субсчетах; на втором – обобщают затраты за отчетный период и осуществляют их дальнейшую перегруппировку. Детализация затрат осуществляется в системе калькуляционных счетов, для чего в плане счетов предусмотрены резервные номера с 30 по 39. Исходя из конкретных видов затрат, счетам из этой группы присваивают соответствующие наименования (обычно по элементам затрат) [1].

3. Учет затрат на производство с обособлением общих управленческих и хозяйственных расходов. Особенности варианта: 1) деление затрат на переменные (условно–переменные) и постоянные (условно–постоянные); 2) калькулирование себестоимости продукции по ограниченным (частичным) затратам; 3) ступенчатость (стадийность) составления отчета о доходах. В качестве критерия измерения эффективности затрат здесь применяется понятие маржинальный доход, неиспользуемый в традиционном учете [1].

4. Организация учета затрат на производство в самостоятельной системе счетов (вариант автономии). Рекомендован для малых организаций однородного направления деятельности (крестьянских (фермерских) хозяйств, обособленных структурных подразделений, выделенных на самостоятельный баланс и др.). Учет основан на системе «Затраты–выпуск», основанной на соизмерении выпуска продукции (работ, услуг) с затратами по снабжению, производству и продаже. Вариант позволяет определить финансовый результат за период с учетом изменения остатков материальных запасов, незавершенного производства и готовой продукции. Отражение затрат осуществляется по экономическим элементам без калькулирования и без определения фактической себестоимости каждого вида выпущенной и проданной продукции. Выпуск (продажа) определяется в соответствии с заключенными договорами и принятой учетной политикой. Решение задач производственного учета при данном подходе также предполагает использование резервных счетов с 30 по 39 [1].

5. Учет затрат на производство с двумя системами счетов (интегрированный подход). Вариант предусматривает учет текущих затрат, как по элементам (в финансовом учете), так и детализированный пообъектный учет производственных затрат (в управленческом учете). Для сохранения коммерческой тайны об уровне издержек производства и иных данных на счетах финансового учета регистрируются лишь остатки, а обороты, как наиболее конфиденциальная информация, отражаются в системе управленческого учета. При этом варианте вводится специальный счет 27 «Результаты производственной деятельности», на котором определяется два результата: промежуточный (маржинальный доход, если затраты, собранные на счет 25 «Общепроизводственные расходы», являются переменными) и конечный финансовый результат (прибыль или убыток после списа-

ния условно-постоянных расходов со счета 26 «Общехозяйственные расходы» на себестоимость реализованной продукции). При этом результат производственной деятельности, определенный на 27 счете, не подлежит списанию на счет 90 «Продажи» [1].

Расчетные процедуры по определению величины затрат в расчете на единицу произведенной сельскохозяйственной продукции принято называть калькуляцией. Цели калькулирования себестоимости сельхозпродукции, как совокупности методов учета затрат на производство, способов и приемов исчисления себестоимости готовой продукции, вполне коррелируют с обозначенными ранее задачами учета производственных процессов (рис. 1).

В связи с тем, что объекты учета и объекты калькуляции в сельскохозяйственном производстве часто не совпадают, для исчисления себестоимости продукции может быть использован один из рекомендуемых способов: «прямое отнесение затрат по видам продукции; исключение общей суммы затрат; применение установленных коэффициентов; распределение затрат пропорционально стоимости сопряженных видов продукции; распределение затрат согласно установленным базам; суммирование затрат; комбинированное исчисление себестоимости продукции» [2].

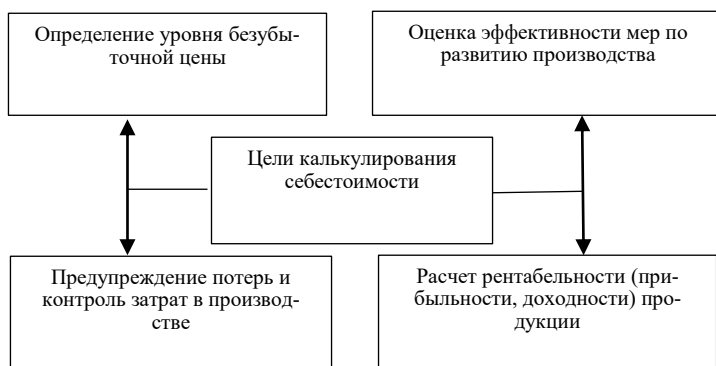


Рисунок 1. Основные цели калькулирования себестоимости готовой продукции

Теоретически все подходы к учету затрат и способы исчисления себестоимости вполне логичны и понятны, тем не менее, на практике периодически возникают различные вопросы в части отнесения затрат на то или иной вид продукции, конкретное подразделение (центр ответственности) и т.д.

Так, в сельском хозяйстве часто возникают ситуации, когда одна и та же техника, или одни и те же работники в течение одной рабочей смены участвуют в производственных процессах, имеющих отношение к разным

видам продукции. Рассмотрим некоторые ситуации на примере ООО «Стрельня» Мосальского района Калужской области, специализирующемся на производстве молока. В этой организации на шести фермах, четыре из которых занимаются непосредственно производством молока, а две – выращиванием телок и быков до месячного возраста, в общей сложности содержится 1150 голов скота, 751 из которых – дойные. Содержание скота круглогодичное выгульное, с выпасом. Коровы круглый год живут на улице, а в доильный модуль приходят по своему желанию. В настоящее время в организации используется 15 доильных роботов Lely. На ферме работает 20 человек. В распоряжении фермера находится 1000 га земли. 800 из них – это поля, на которых заготавливаются корма для животных, остальные 200 выделено для пастбищ.

Итак, механизаторы регулярно меняют подстилку под навесом у животных, старую выгружают на телегу и вывозят в поле. Возникает вопрос – на какой конечный продукт отнести затраты на данную операцию? С одной стороны, новая подстилка повысит комфорт животных, уменьшит воспаление вымени и поспособствует увеличению надоя товарного молока, с другой, старая направляется в качестве органического удобрения под будущий урожай растениеводческой продукции. При этом механизатор выполнил лишь одну операцию. Как правильно распределить расходы на ГСМ, запчасти, амортизацию техники, зарплату работников, и прочих расходов, на производство молока или все же на будущий урожай?

Другая ситуация: на одной из ферм находится около 250 голов. Все они едят из 14 кормушек. Ежемесячно до 10 голов по тем или иным причинам, к сожалению, отправляются на мясокомбинат. До этого момента эти коровы ели корм из общей кормушки. Затраты на покупку, доставку и раздачу корма организация несет в любом случае, независимо от того, какое конкретно животное будет отправлено на мясокомбинат, а какое – нет. Соответственно, как распределить затраты на корм между поголовьем молочного стада, дающего товарное молоко, и коровами, отправленными на мясокомбинат? Увеличат ли эти затраты себестоимость 1 литра молока или их нужно включить в себестоимость 1 кг мяса? В реальности невозможно точно посчитать себестоимость молочной коровы в виде мясной продукции, ведь если бы она доилась еще 7 лактаций, она бы принесла намного больше денег, чем за нее заплатит мясокомбинат. Отметим, что на практике обычно каждый руководитель хозяйства самостоятельно решает, куда и в какой сумме отнести данные производственные издержки.

Кроме того, часто возникают различные непредвиденные и незапланированные затраты, о включении которых в себестоимость того или иного продукта опять-таки принимает решение руководитель (в небольших организациях, как правило, он же собственник бизнеса).

Таким образом, несмотря на имеющееся теоретическое и методическое обоснование рекомендуемых подходов к учету затрат субъектами

агробизнеса, на практике в силу специфических особенностей сельхозпроизводства, иногда возникают ситуации, когда отраженная в учете себестоимость сельскохозяйственной продукции не в полной мере соответствует фактически произведенным затратам.

Библиографический список

1. Приказ Минсельхоза России от 13.06.2001 № 654 «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности предприятий и организаций агропромышленного комплекса и Методических рекомендаций по его применению».
2. Методические рекомендации по бухгалтерскому учету затрат на производство и калькулированию себестоимости продукции (работ, услуг) в сельскохозяйственных организациях: Утверждены приказом Минсельхоза РФ 6.06.2003г. №792 / Е. В. Фастова, Л. И. Хоружий, Н. Г. Белов [и др.] ; Министерство сельского хозяйства РФ. – Москва: Министерство сельского хозяйства РФ, 2003. – 205 с.
3. Головач, В. М. Организация производства и предпринимательства в АПК / В. М. Головач, И. Н. Турчаева. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2021. – 321 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – ISBN 978-5-16-015710-8. – DOI 10.12737/1047845.
4. Федотова Е.В. Экономический механизм регулирования сельскохозяйственного производства (на материалах Калужской области): диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук – Москва, 2007. – 147 с.

УДК 657.1

ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ

Сергутина К.М. бакалавр 2-го курса

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

Аннотация. В статье описываются виды прав организации на нематериальные активы и способы получения этих прав. Также описываются особенности отражения нематериальных активов в бухгалтерском учёте в зависимости от имеющихся прав.

Ключевые слова: нематериальные активы, исключительные права, договор об отчуждении исключительного права, лицензионный договор

FEATURES OF ACCOUNTING OF INTANGIBLE ASSETS

Sergutina K.M. 2nd year bachelor's degree

*Supervisor: Gubernatorova N.N., PhD in Economics, Associate Professor
Kaluga branch of the Financial University, Kaluga*

Annotation. This article describes the types of rights of an organization to intangible assets and ways to obtain these rights. It also describes the features of the reflection of intangible assets in accounting, depending on the available rights.

Key words: intangible assets, exclusive rights, exclusive right alienation agreement, license agreement.

В наши дни знания и информация приобретают всю большую значимость и начинают играть ключевую роль, обеспечивая своим владельцам возможности для успешного роста и развития. По этой самой причине на успешность деятельности организации большое влияние оказывает наличие у неё в собственности не только материальных ценностей, но и нематериальных активов.

Организация должна быть заинтересована в создании либо приобретении нематериальных активов, ведь использование их в процессе производства может значительно улучшить качество производимой продукции либо снизить её себестоимость, что в конечном итоге приведёт к росту конкурентоспособности данной организации, а вместе с тем позволит укрепить или расширить её позиции на рынке. И лишь правильный учёт имеющихся нематериальных активов позволит организации эффективно функционировать. Этот факт объясняет значимость и актуальность выбранной темы.

В целом в качестве нематериального актива признаётся отдельный другой имущества объект без материально-вещественной формы, который используется организацией дольше 12 месяцев. При этом в отношении данного объекта у организации должны возникать определённые права.

Для того, чтобы объект был принят в качестве нематериального актива, он должен одновременно удовлетворять некоторым условиям. Так, объект должен быть не вещественным и делимым от другого имущества. Организация должна получать экономические выгоды от объекта и использовать этот объект для различных целей более двенадцати месяцев. Организация должна иметь подтверждающие документы на объект, а также не должна планировать последующую перепродажу данного актива. И фактическая (первоначальная) стоимость данного объекта должна быть достоверно определяема [2, п.3].

К нематериальным активам относят произведения науки, литературы и искусства; программы для электронно-вычислительных машин; селекционные достижения; секреты производства (ноу-хау); товарные знаки и знаки обслуживания; деловую репутацию. И организация может обладать как исключительными, так и неисключительными правами на данные объекты.

Если говорить про исключительные права, то первоначально они возникают при создании какого-либо нематериального актива непосредственно у создателя актива, то есть у автора. И в дальнейшем автор может передать это право другим лицам [1, ст.1228].

Если организация имеет исключительное право на нематериальный актив, то она имеет право свободно пользоваться и распоряжаться данным активом, а также позволять другим лицам использовать данный объект.

Если кто-либо самовольно использует объект без соответствующего разрешения, то такое использование является незаконным и влечёт за собой ответственность.

Исключительное право может быть передано на основании договора об отчуждении исключительного права, заключённого в письменном виде. Если согласие между сторонами было заключено устно, то оно не будет иметь юридической силы. По указанному договору могут быть переданы результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации. При этом исключительные права на данные объекты передаются в полной мере и навсегда. То есть, иными словами, приобретатель прав становится новым владельцем исключительных правомочий на интеллектуальную собственность.

Отдельно стоит рассмотреть случай, когда результаты интеллектуальной деятельности либо средство индивидуализации выражаются в каком-либо материальном носителе, например, записаны на CD-диске. Передача прав на данный носитель не сопровождается передачей исключительных прав на сам объект интеллектуальной собственности. То есть в собственность нового владельца переходит лишь сам носитель.

Особенностью договора об отчуждении исключительных прав является тот факт, что договор предполагает полную передачу указанных прав. Если какое-либо право по договору не передаётся, то такой договор будет называться лицензионным. Суть лицензионного договора в передаче права использования результатов интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации.

Лицензионный договор (лицензия) может быть двух видов: простая (неисключительная) и исключительная лицензии. При заключении простой лицензии лицензиар (тот, кто передаёт права) имеет возможность предоставлять лицензии и другим лицам. Соответственно, при заключении исключительной лицензии такой возможности не предусматривается. Кроме того, когда лицензиар передаёт по договору право использования результатов интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации в определённом объёме, сам он уже не вправе использовать данный объект указанным образом. И если какое-либо право использования чётко не прописано в договоре, то оно не считается переданным.

Аналогично договору об отчуждении исключительного права, лицензионный договор имеет значимость лишь тогда, когда он составлен в письменном виде.

Лицензионный договор имеет определённый срок действия. Этот срок не должен превышать срок действия исключительных прав на указанный объект. Если лицензионный договор не содержит конкретного срока, то в качестве такового берётся временной период в 5 лет. Действие лицензионного договора может быть прекращено и до истечения указанного срока, если было прекращено действие исключительного права на объект.

Дополнительно стоит ввести следующее замечание. На практике может произойти ситуация, когда на основании исключительного права заключаются лицензионные договоры, после чего само исключительное право оказывается переданным новому владельцу. В этом случае заключенные лицензионные договоры не будут претерпевать каких-либо изменений: их условия не изменятся, и они не будут расторгнуты.

Стоит ещё раз дополнительно отметить, что в указанных случаях речь шла об исключительных правах и правах использования, которые не тождественны авторскому праву. Авторское право всегда связано с личностью автора, создавшего объект нематериальных активов, неотчуждаемо и непередаваемо. Поэтому организация как юридическое лицо не может обладать авторскими правами. Она, в свою очередь, может получить неисключительное право пользования авторскими материалами на основании лицензионного договора.

Организация может как приобретать нематериальные активы, так и самостоятельно создавать различные изобретения, полезные модели и промышленные образцы, которые в дальнейшем будут использоваться в основной деятельности организации. И исключительное право организации на данный вид созданных объектов закрепляется при помощи патента.

Если в течение нескольких лет патентообладатель недостаточно использует нематериальный актив или же не использует его вообще (для изобретения и промышленного объекта такой срок составляет четыре года, для полезной модели – три года), то он обязан предоставить любому желающему лицу право использования указанного объекта в необходимых пределах при помощи лицензионного договора. В случае отказа патентообладателя предоставить указанные права, заинтересованное лицо имеет право обратиться в суд.

Если говорить о сроках действия исключительного права и патента на указанные объекты, то для изобретения этот период составляет 20 лет, для полезной модели – 10 лет, для промышленного образца – 5 лет.

Очень важной особенностью является то, что объекты интеллектуальной собственности по-разному отражаются в учёте в зависимости от принадлежности организации исключительных прав на данные объекты. Так, наличие исключительных прав на объекты даёт возможность считать их в качестве нематериальных активов организации. И в этом случае для учёта будут использоваться активные счета 04 «Нематериальные активы» и 08 «Вложения во внеоборотные активы». Последний счёт будет применяться для учёта затрат по созданию либо приобретению нематериальных активов.

При этом принятие нематериального актива к учёту осуществляется по первоначальной, или фактической, стоимости, в которую входят суммы по договору об отчуждении исключительных прав; таможенные платежи; вознаграждения посредническим организациям; расходы на оплату труда

работников, занятых при создании нематериального актива; социальные отчисления и прочие затраты, которые понесла организация при приобретении или создании актива и приведении его к состоянию полезного использования.

По принятому к учёту нематериальному активу может начисляться амортизация. Амортизация может начисляться лишь на объекты с определённым сроком полезного использования, который зависит от срока действия исключительного права на объект. Если же для объекта нельзя определить срок полезного использования, то амортизация по данному объекту не начисляется. Однако стоит отметить, что организация должна ежегодно перепроверять такой актив на возможность перевода его в группу объектов с определённым сроком полезного использования.

В таблице 1 можно увидеть основные корреспонденции счетов по учёту исключительных прав на нематериальный актив.

Таблица 1. Типовые корреспонденции счетов по учёту исключительных прав на нематериальный актив

Дебет	Кредит	Содержание факта хозяйственной жизни
08/5	60	Отражены затраты на приобретение исключительного права на нематериальный актив в соответствии с договором
19	60	Учтён НДС по договору
08/5	10, 23, 51, 69, 70 и т.д.	Отражены прочие затраты организации в связи с получением исключительных прав на нематериальный актив
04	08/5	Нематериальный актив принят к учёту по фактической себестоимости
20, 23, 25, 26 и др.	05	Организация начислила амортизацию по объекту интеллектуальной собственности

В случае, если организация не имеет исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности, то она не может учитывать эти самые объекты в составе собственных нематериальных активов. Поэтому неисключительные права учитываются в составе расходов будущих периодов, на счёте 97 «Расходы будущих периодов», также являющемся активным. Затраты на приобретение неисключительных прав необходимо списывать регулярно на протяжении всего срока действия лицензионного договора. Учёт же самого объекта, на который организация имеет неисключительные права, не может вестись на балансовых счетах организации. Типовым планом счетов не предусмотрен специальный забалансовый счёт для учёта указанных объектов, поэтому организация создаёт его самостоятельно.

Типовые корреспонденции счетов при учёте нематериального актива, в отношении которого организация имеет неисключительные права, представлены в таблице 2.

**Таблица 2. Типовые корреспонденции счетов по учёту
неисключительных прав на нематериальный актив**

Дебет	Кредит	Содержание факта хозяйственной жизни
97	60	Отражены затраты на приобретение неисключительного права на нематериальный актив
012 (или др.)		Нематериальный актив отнесён на забалансовый счёт организации
20, 23, 25, 26 и др.	97	Списана часть расходов будущих периодов

Таким образом, подводя итог всему вышесказанному, можно заметить, что учёт нематериальных активов имеет ряд особенностей и нюансов. Правила учёта данных активов варьируются в зависимости от того, обладает ли организация исключительными правами на нематериальные активы. Знание особенностей учёта нематериальных активов безусловно очень важно, ведь оно позволяет обеспечить правильное ведение бухгалтерской отчётности организации, что в конечном счёте влияет на всю эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации.
2. Положение по бухгалтерскому учёту «Учёт нематериальных активов» (ПБУ 14/2007).
3. Выгодчикова, И.Ю. Анализ финансового состояния предприятия: учебное пособие для СПО / И.Ю. Выгодчикова. — Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 59 с.

УДК 336.225.3

ПРЕИМУЩЕСТВА ПРИМЕНЕНИЯ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ УПРОЩЕННОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ВЕДЕНИЕ ФИНАНСОВОГО УЧЕТА

Сиденко М.С. бакалавр 2-го курса

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

Аннотация. В работе представлены актуальные данные о практике применения упрощенной системы налогообложения в России и Калужской области, рассмотрены аспекты применения данной системы субъектами малого и среднего предпринимательства. Проанализированы преимущества перехода на упрощенную систему налогообложения, а также проект эксперимента по внедрению автоматизированной системы налогообложения в ряде субъектов РФ.

Ключевые слова: налоги, налогообложение, налоговое законодательство, системы налогообложения, упрощенная система налогообложения, патентная система налогообложения, автоматизированная система налогообложения, микропредприятие,

малое предпринимательство, среднее предпринимательство, государственная программа, меры поддержки бизнеса.

ADVANTAGES OF USING AN AUTOMATED SIMPLIFIED TAXATION SYSTEM AND ITS IMPACT ON FINANCIAL ACCOUNTING

Sidenko M. S. bachelor's degree the 2nd year

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

Abstract. The paper presents current data on the practice of applying the simplified taxation system in Russia and the Kaluga region, discusses aspects of the application of this system by small and medium-sized businesses. The advantages of switching to a simplified taxation system are analyzed, as well as the project of an experiment on the introduction of an automated taxation system in a number of subjects of the Russian Federation.

Keywords: taxes, taxation, tax legislation, taxation systems, simplified taxation system, patent taxation system, automated taxation system, microenterprise, small entrepreneurship, medium entrepreneurship, government program, business support measures.

Одним из основных направлений экономической политики государства в России является оказание различных мер поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства на территории нашей страны. Несмотря на множество преимуществ и перспективность развития СМП, долгосрочное и успешное их функционирование в современных реалиях на рынке ставится под угрозу. Возрастание арендных плат за используемые для производства или оказания услуг помещения и оборудования, тяжесть налогового бремени, высокий уровень конкуренции, (часто) неспособность к быстрой переориентации и выработке направленности на изменяющуюся конъюнктуру рынка – всё это (и не только) препятствует расширению доли СМП на рынке.

На данный момент в Российской Федерации насчитывается свыше 5 миллионов субъектов малого и среднего предпринимательства (рис.1) [4], при этом в Калужской области количество субъектов, зарегистрированных в Едином реестре, достигает порядка 43 тысяч субъектов (рис.2) [5]. Из этого количества по всей России к категории «вновь созданные» (т.е. зарегистрированные с начала этого отчётного года) относится 1,2 миллиона субъектов микропредприятий, в Калужской области – 9,5 тысяч субъектов.

Как мы можем видеть, доля вновь создаваемых предприятий в секторе невелика – и это напрямую связано с вышеперечисленными проблемами развития малого предпринимательства в России и нашем регионе. Поэтому политика государства, направленная на стабилизацию и улучшение позиции предпринимательства данного сектора на рынке, актуальна и продолжает становиться всё более актуальной в связи со сложной геополитической ситуацией в мире и, как следствие, напряженной экономической ситуацией.

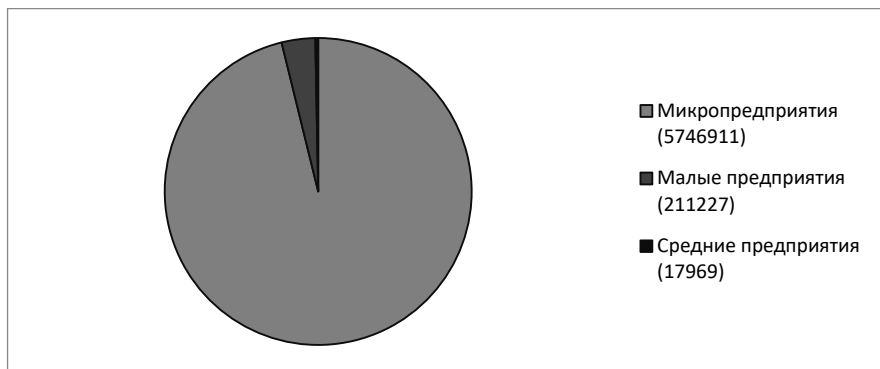


Рисунок 1. Количество субъектов малого и среднего предпринимательства в РФ (по данным на 10 апреля 2022 года)

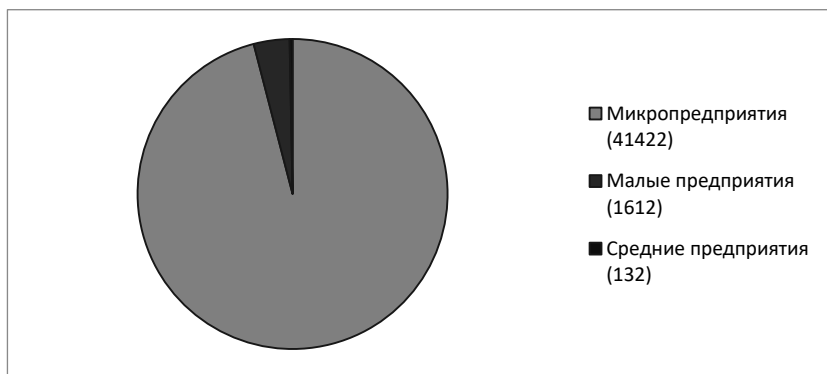


Рисунок 2. Количество субъектов малого и среднего бизнеса в Калужской области (по данным на 10.04. 2022 года)

Чтобы решить одну из главных проблем СМП – суровые условия, продиктованные действующей системой налогообложения – государство предприняло ряд изменений в законодательстве, которые были направлены на облегчение ведения налогового учета предприятиями рассматриваемого нами сектора. Одним из таких изменений стало введение в России упрощенной системы налогообложения (УСН).

Юридические лица, индивидуальные предприниматели, которые только начинают свою деятельность, согласно действующему законодательству вправе выбрать для себя одну из двух существующих в настоящее время систем налогообложения – общую либо упрощенную.

Упрощенная система налогообложения (УСН) – это специальный налоговый режим, при котором уплата налогов хозяйствующими субъек-

тами производится в особом порядке [3]. Данный режим ориентирован на представителей малого и среднего бизнеса.

Упрощенную систему налогообложения могут выбрать для себя все предприниматели – для этого их деятельность должна соответствовать ряду критериев [3]:

- во-первых, максимальное количество сотрудников, числящихся на предприятии, не должно превышать 130 человек;
- во-вторых, доход предприятия за отчетный период не должен суммарно превышать 200 миллионов рублей;
- в-третьих, рассчитанная остаточная (или ликвидационная) стоимость организации, не должна быть ниже 150 миллионов рублей;
- в-четвертых, доля участия других организаций в хозяйственной деятельности предприятия не может быть выше 25%;
- в-пятых, организация не должна иметь в своем составе структурных подразделений в виде филиалов;
- в-шестых, организация имеет право перейти на УСН, если по итогам девяти месяцев того года, в котором она подает уведомление о переходе, доходы этой организации не превышали 112,5 миллионов рублей.

Указанные выше величины доходов при этом должны индексироваться на величину коэффициента-дефлятора – ежегодно устанавливаемого на календарный год коэффициента, учитывающего изменение потребительских цен на товары (работы, услуги) в Российской Федерации в предшествующем периоде.

Как именно упрощенная система налогообложения облегчает функционирование предприятий? Налогоплательщики в этом случае будут освобождены от уплаты ряда налогов, которые они уплачивали бы, выбрав для себя общую систему налогообложения, а именно:

- для организаций это налог на прибыль (при этом исключается налог, который уплачивается с доходов по дивидендам и отдельным видам долговых обязательств); налог на имущество организаций (исключаются имущественные объекты, налоговая база по которым определяется как кадастровая стоимость); НДС (за минусом НДС, который уплачивается при ввозе товаров через таможенный контроль, а также при выполнении условий договора простого товарищества или договора доверительного управления имуществом);
- для индивидуальных предпринимателей это НДФЛ, который относится к доходам от предпринимательской деятельности; налог на имущество физических лиц, которое задействовано в предпринимательской деятельности (не включаются сюда объекты, относящиеся к специальному перечню, установленному налоговым законодательством [3]); НДС (за минусом НДС, который уплачивается при ввозе товаров через таможенный контроль, а также при выполнении условий договора простого товарищества или договора доверительного управления имуществом).

При этом следует отметить, что применение УСН не освобождает от исполнения по исчислению, удержанию и перечислению НДФЛ с заработной платы сотрудников (если таковые имеются) [2].

Нередкостью в налоговой практике являются случаи, когда налогоплательщики не согласны с размерами начисленного налога, или ситуации, связанные с повторным взиманием налоговыми органами налога, который уже был уплачен субъектами налогообложения. Имеют место инциденты для начала судопроизводства. Снижение количества уплачиваемых налогов позволяет снизить количество споров, связанных с описанными случаями.

Какие еще преимущества имеет УСН по сравнению с общей системой налогообложения? Нельзя не упомянуть об уменьшении объемов документооборота при составлении бухгалтерской (это следует из упомянутого выше), финансовой и налоговой отчетности на предприятиях. Для организаций, выбравших УСН, законодательство предусматривает минимальный объем сдаваемой налоговой отчетности. По итогам годичной работы организация (или ИП) предоставляет только одну налоговую декларацию (в качестве дополнения могут быть представлены декларации по вышеупомянутым категориям налогов, а также при наличии работников декларация также должна запечатлеть данный факт хозяйственной жизни организации). Налоговый учет может вестись по Книге доходов и расходов при использовании кассового метода, а бухгалтерский учет может быть также сведен к упрощенному способу ведения (кроме случаев, предусмотренных законодательством, в которых организация не имеет право переходить на упрощенную форму ведения БУ) [2]. Всё это, в конечном итоге, способно значительно снизить трудовые и финансовые затраты на ведение учёта.

Выбор упрощенной системы налогообложения значительно уменьшает содержание информационной базы, на основе которой составляется финансовая отчетность предприятия. Параметры данной информационной базы влияют на полноту и специфику информации финансовой отчетности. Малые и средние предприятия, стремящиеся зафиксировать свое положение на рынке, нацелены максимально удовлетворять постоянно увеличивающиеся запросы потребительской базы, в связи с чем вынуждены регулярно проводить обновление своих информационных баз. Процесс обновления при выборе УСН также сокращается по временным параметрам и привлечению к этой деятельности дополнительной занятости сотрудников.

Упрощенная система налогообложения может успешно использоваться субъектами малого и среднего предпринимательства вместе с другими налоговыми системами – в частности, с патентной системой налогообложения. Данная ситуация наиболее привлекательна для предприятий, которые хотят вести свою хозяйственную деятельность сразу в нескольких видах. Однако вид деятельности, по которой организация приобретет патент,

не может быть выбран самостоятельно – он должен присутствовать в специальном перечне, установленном Налоговым кодексом РФ [3].

Совершенствуя уже существующие способы облегчения ведения хозяйственной деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства, государство продолжает разрабатывать новые программы и проекты, в том числе в сфере налогообложения. Одним из таких нововведений является эксперимент по установлению специального налогового режима «Автоматизированная система налогообложения» (АУСН) [1]. Согласно N-17 ФЗ, данный эксперимент будет проводиться с 1 июля 2022 года в Москве, Московской области, республике Татарстан – и нашей Калужской области. Организации и индивидуальные предприниматели, доход которых за отчетный год не превышает 60 миллионов рублей, а численных наемных работников составляет количество до 5 человек, смогут воспользоваться данным режимом.

Плюсы перехода на данный налоговый режим можно увидеть в следующем:

- с плательщиков, выбравших для себя АУСН, будет снята обязанность предоставлять налоговую декларацию, рассчитывать страховые взносы (при этом обязанность ведения бухгалтерского учета по-прежнему за ними закреплена);

- компании и индивидуальные предприниматели будут освобождены от внесения всех страховых взносов – сюда относятся взносы на пенсионное, медицинское страхование, уплата в ФСС; с индивидуальных предпринимателей снимается обязанность внесения так называемых взносов «за себя» - под ними понимается фиксированная и переменная часть доходов, если их сумма за отчетный период составляет свыше 300 тысяч рублей (при этом налоговые органы будут обязаны уведомлять ПФР и ФСС о начале применения субъектом налогообложения АУСН, и рассчитывать и учитывать суммы взносов по всем видам страхования будут уже они);

- НДФЛ занятых в хозяйственной деятельности организаций среднего и малого бизнеса работников будут рассчитывать банк (как налоговые органы – величину налогов) – для этого сам налогоплательщик передает данные через личный кабинет на официальном сайте ФНС (если денежные средства были получены не через кассу или банковские счета), либо сведения о расчетах получает сама ФНС с «онлайн-касс» и от банка. Последний передает сведения о заработной плате и вычетах по каждому работнику организации для удержания НДФЛ. Оплата труда будет производиться также через уполномоченную кредитную организацию.

Виды налогов, от выплаты которых (с описанными выше условиями) освобождается организация, при выборе автоматизированной УСН остаются такими же, как и при традиционной УСН. Выездные проверки правильности ведения АУСН организацией федеральный закон не предусматривает.

Помочь организациям с выбором для себя наиболее приемлемой системы налогообложения может помочь налоговое консультирование. Донесение точной и актуальной информации до налогоплательщика-субъекта СМП является одной из ключевых обязанностей налоговых органов. В условиях цифровизации экономики России возможность ознакомиться со всей необходимой и интересующей информацией о действующих налоговых ставках, правилах перехода с одного налогового режима на другой, существующих задолженностях по налоговым выплатам каждый субъект малого и среднего предпринимательства способен самостоятельно в дистанционном формате. Например, используя такие сервисы, как «Личный кабинет юридического лица» (если таковое было образовано) на сайте Федеральной налоговой службы [6], а также на сайте Федеральной службы судебных приставов [8]. Актуальным остается консультирование в региональных и местных Инспекциях Федеральной налоговой службы.

Получить поддержку по юридическим и налоговым вопросам в Калуге субъекты СМП могут путем обращения в Агентство развития бизнеса «Мой бизнес» [7]. Несмотря на ориентирование правительства Калужской области в последние годы на открытую и постоянную коммуникацию с целью получения обратной связи от предпринимателей, в некоторых вопросах короткого формата связи бывает недостаточно – как и в других субъектах нашей страны.

Насколько востребован будет переход на автоматизированную УСН в нашем регионе и других субъектах РФ, в которых планируется данный эксперимент, сказать сложно. При всех описанных плюсах, организации в разных регионах сталкиваются с локальными проблемами, каждую из которых предугадать и заранее спланировать решение вопросов налогообложения, не представляется возможным. Однако можно с уверенностью сказать, что традиционная УСН достаточно востребована субъектами малого и среднего бизнеса как в Калужской области, так и во всей России, поэтому вероятность того, что значительная часть из них будет заинтересована возможностью выбора для себя автоматической УСН, достаточно высока.

Библиографический список

1. О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима "Автоматизированная упрощенная система налогообложения: Федер. закон от 25.02.2022 № 17-ФЗ//СПС «КонсультантПлюс» – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_410240/ (дата обращения: 01.05.2022)
2. О бухгалтерском учете: Федер. закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ : //СПС «Консультант.Плюс» – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/d7372b9bbb772927073ce566a64848b23aa14879/ (дата обращения: 01.05.2022)
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ): принят Гос. Думой 16 июля 1998 г. // СПС «КонсультантПлюс» – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/ (дата обращения: 01.05.2022)

4. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства / официальный сайт Федеральной налоговой службы Российской Федерации (ФНС РФ) – URL: <https://ofd.nalog.ru/statistics.html?mode=map> (дата обращения: 30.04.2022)
5. Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, сведения о которых содержатся в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства по Калужской области / официальный сайт Федеральной налоговой службы Российской Федерации (ФНС РФ) – URL: <https://ofd.nalog.ru/statistics.html?statDate=&level=0&fo=1&ssrf=40&> (дата обращения: 30.04.2022)
6. Личный кабинет юридического лица / официальный сайт Федеральной налоговой службы (ФНС РФ) – URL: <http://lkul.nalog.ru/> (дата обращения: 05.05.2022)
7. «Мой бизнес» - Агентство развития бизнеса в Калуге и Калужской области (официальный сайт) – URL: <https://arbko.ru/> (дата обращения: 05.05.2022)
8. Федеральная служба судебных приставов / официальный сайт Федеральной службы судебных приставов (ФССП РФ) – URL: <https://fssp.gov.ru/> (дата обращения: 05.05.2022)

УДК 657

БУХГАЛТЕР В КРИЗИС: РОЛЬ И ПОЛНОМОЧИЯ

Холкина Е.С. бакалавр 2-го курса

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

Аннотация. Сейчас в разных сферах жизни человека происходят кризисные ситуации. В 2014 г. начался отток российского капитала после санкций, ухода крупных иностранных компаний с российского рынка. Внутренние причины экономического кризиса — это факторы внутренних причин экономического кризиса. Внутренний фактор, ведущий к кризису экономики и бухгалтерского учета, - отсутствие условия для бизнеса России. По статистике, в 2017 г. число ликвидированных предприятий в России превысило число новых созданных предприятий. Специалисты разъясняют конфигурации в подходе регистрации организаций и улучшение государственного контроля за неотклонимыми налоговыми платежами. Бухгалтеры должны работать в новых трансформациях. Изменения в финансовом праве и, в частности, в финансовом законе происходят постоянно. В Налоговом законодательстве: в последнее время введены новые санкции и налоги. Для сборов, а точнее санкций, была разработана автоматическая отчетная система, которая обеспечивает автоматический отчетный процесс. Это влияет на сокращение численности бухгалтера и повышает требования к их деятельности.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, главный бухгалтер, экономический кризис, финансовое состояние организации, роль бухгалтера, бухгалтер.

ACCOUNTANT IN CRISIS: ROLE AND AUTHORITY

Holkina E.S. Bachelor of the 2nd year

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

Abstract. Now there are crisis situations in different spheres of human life. In 2014, the outflow of Russian capital began after the sanctions, the withdrawal of large foreign companies from the Russian market. The internal causes of the economic crisis are factors of the internal causes of the economic crisis. The internal factor leading to the crisis of the economy and accounting is the lack of conditions for business in Russia. According to statistics, in 2017 the number of liquidated enterprises in Russia exceeded the number of newly created enterprises. Experts explain the configurations in the approach of registration of organizations and the improvement of state control over non-avoidable tax payments. Accountants must work in new transformations. Changes in financial law and, in particular, in the financial law are constantly occurring. In Tax legislation: new sanctions and taxes have been introduced recently. For fees, or rather sanctions, an automatic reporting system has been developed that provides an automatic reporting process. This affects the reduction in the number of accountants and increases the requirements for their activities.

Keywords: accounting, chief accountant, economic crisis, financial condition of the organization, the role of an accountant, accountant.

На данный момент главным направлением является повышение отчетности, что позволяет снизить риск принятия управленческого и хозяйственного решения. В кризисных условиях риск возобновления деятельности корпораций и реорганизации уменьшается. Если обратить внимание на эти аспекты, то необходимо обеспечить самый быстрый восстановленный сектор производства, ускорение производства, повышение его качества и эффективности. Эти действия могут быть осуществлены только при обновлении достижений технических прогрессов.

Многие знают, что руководство является одним из главных работников организации. Но бухгалтер каждой компании занимается различными задачами. Многие организации нуждаются в бухгалтерском учете, составлении и своевременном представлении отчетов. В основном для работодателя бухгалтер является просто «калькулятором». Но в кризис бухгалтер – именно тот сотрудник, который может оперативно решать все финансовые проблемы. Функции и обязанности главных бухгалтеров определяются статьей 7 Федерального закона от 21.11.1996 № 129-ФЗ «О Бухгалтерском учете». По пункту 2 и третьей статьи Закона, главный бухгалтер принимает ответственность за составление бухгалтерского законодательства и формирование учетной политики, ведение учетных записей, быстрое представление достоверной и полной информации, бухгалтерской справки; обеспечение согласованности осуществляемых хозяйственных операций, по законодательству Российской Федерации, контролю за движением объектов и исполнением обязательств [1].

Но это только правило закона. На этом деле круг обязанностей бухгалтера гораздо шире. Также уровень ответственности становится выше того, который определен законом, поскольку последствия ошибочного действия бухгалтера для организации могут быть слишком негативны и рентабельны, что может привести к разрыву. Особенно повышает роль

руководителя в кризисные периоды, поскольку именно у этого сотрудника достоверная и оперативная информация о финансовом состоянии организации, и, как правило, только руководитель может прогнозировать наиболее приближенное к реальности развитие организации. В подобных условиях главный бухгалтер может быть полезен базовым финансовым и экономическим знанием, полученным в университете, и знанием в области юридической и социальной деятельности.

На основе этих знаний бухгалтер имеет право:

1. понимать и оценивать экономическую обстановку внутри организации в зависимости от направления деятельности;
2. Анализируя финансовую и экономическую ситуацию в организации, использовать различные методы и учитывать различные параметры.
3. Составлять различные отчеты о деятельности организации в кризисных условиях, которые наиболее четко характеризуют наиболее сложную сферу деятельности организации работы организации;
4. Проводить анализ договоров гражданского права;
5. Проводить анализ оценки налогообложения рисков и прогноза ситуации.
6. Разрабатывать предложений по стратегии антикризиса;
7. Выявлять наиболее эффективных объектов, заказов, а также подготовка руководителю предложений, направленных на повышение эффективности его деятельности.

Для того, понимать как взаимодействует главный бухгалтер с остальными сотрудниками, приведу пример организационной структуры бухгалтерии (рис 1).



Рисунок 1. Организационная структура бухгалтерии

При этом следует отметить, что профессиональный бухгалтер, имеющий качественное профессиональное образование и большой опыт, часто может выявить самые слабые, уязвимые в финансовой сфере, что не всегда будет учитываться руководством и сотрудниками других отделов органи-

зации. И этот специалист, хотя деятельность его не заметна и «живые деньги» не дают, огромен организацией и не оказывает негативного влияния на будущее. В некоторых случаях, когда менеджер до сих пор не достиг профессионализма, не всегда способен выполнять какие-то задачи, только косвенно связанные с бухгалтерским учётом, менеджер компании гораздо легче, легче, безопаснее, позволяет получать дополнительные навыки и навыки.

Руководитель компании должен обладать пониманием того, что в нестабильных экономических условиях особенно важно обладать возможностью составления достоверной бухгалтерской отчетности, на которой можно провести оценку финансового состояния организации, оптимизации налогообложения, оценки налогового риска. В соответствии с изложенным руководству организации следует уделять большое внимание работе бухгалтерского учета организации [2].

К тому же не только оценивать качество бухгалтерской деятельности, но и определять потенциал ее решения «смежных» экономических проблем, особенно если в организации нет других людей, обладающих достаточным уровнем знаний, умений и навыков в области финансирования и экономики.

В силу всего изложенного следует сделать вывод, что в условиях кризиса бухгалтерский учёт не стабилен и требует четких и правильных решений, именно поэтому так важна роль бухгалтера в организации.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 21.11.1996 № 129-ФЗ "О бухгалтерском учете"
2. Алексеева Г. И. Бухгалтерский учет и отчетность. Учебник. — М.: КноРус, 2021. — 412 с.
3. Бархатов А.П. Бухгалтерский учет внешнеэкономической деятельности. Учебное пособие для бакалавров. 10-е изд., стер. — М.: Дашков и К, 2020. — 266 с.
4. Богаченко В. М. Бухгалтерский учет. Учебник. — М.: Феникс, 2020. — 538 с.
5. Бурсулая Т. Д. Ведение бухгалтерского учета источников формирования имущества организации. Учебное пособие. — М.: Феникс, 2020. — 271 с.
6. Каурова О. В., Малолетко А. Н., Шинкарева О. В. Бухгалтерский учет предприятия туристской индустрии. — М.: КноРус, 2020. — 256 с.
7. Чувикова В.В., Иззука Т.Б. Бухгалтерский учет и анализ. Учебник для бакалавров. 2-е изд., стер. — М.: Дашков и К, 2020. — 246 с.

УДК 330.1

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

Черкасова О.С. магистрант 1-го курса

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

Аннотация. В работе описаны ключевые понятия, необходимые для анализа финансовых результатов, представлены этапы и особенности анализа финансовых результатов деятельности организации, которые являются наиболее действенными методами управления ее финансово-хозяйственной деятельностью. Рассмотрена взаимосвязь показателей рентабельности с отчетом о финансовых результатах.

Ключевые слова: финансовые результаты, показатели, анализ, прибыль, рентабельность, доход, расход, отчет о финансовых результатах.

CURRENT STATUS AND FEATURES OF THE ANALYSIS OF FINANCIAL RESULTS

Cherkasova O.S. master's student of the 1st year

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

Abstract. The paper considers the tasks facing accounting and analysis of financial results, and presents the stages and features of the analysis of the financial results of the organization, which are the most effective methods of managing its financial and economic activities. The interrelation of indicators of profitability with the report on financial results is considered.

Keywords: financial results, indicators, analysis, profit, profitability, income, expense, financial results report.

По результатам отчетного периода каждая организация рассчитывает и определяет свой финансовый результат. Если коммерческая организация функционирует, производит товары или оказывает услуги, вкладывает деньги в производство, то она должна иметь финансовый результат, который будет выражаться в прибыли или убытке.

В первую очередь, говоря об анализе финансовых результатов, определим основную нормативную базу. Учёт финансовых результатов регулируется прежде всего двумя ПБУ, а именно: ПБУ 9/99 «Доходы организации» и ПБУ 10/99 «Расходы организации». Первый документ утверждает принципы признания доходов, а второй посвящен вопросам признания расходов в бухгалтерском учёте при определении финансового результата.

Доходы предприятия – это то, ради чего всё и создаётся, ведь основной целью предпринимательской деятельности является извлечение прибыли. Но доходы – это скорее бухгалтерский термин и с экономической точки зрения он несколько не определён, потому что все деньги, которые так или иначе поступают на предприятие имеют разный характер. Получаемые деньги по сути являются разнородными составляющими финансовых результатов организации, разного уровня и разной степени «очистки».

Действующие нормативные акты определяют финансовый результат организации как увеличение или уменьшение ее капитала в процессе хозяйственной деятельности. Конечный финансовый результат рассчитывается как прибыль (убыток) от всех видов деятельности, скорректированная на сумму расходов, отнесенных на уменьшение прибыли.

На данный момент порядок формирования финансовых результатов чётко передаёт форма отчета о финансовых результатах. С бухгалтерской точки зрения расчет чистой прибыли представлен в структуре отчета о финансовых результатах, ведь каждая его строка, начиная от выручки ведёт к формированию чистой прибыли или убытка. Отчет о финансовых результатах (ОКУД 0710002) сообщает о сумме дохода организации в течение определенного периода времени, также о сумме расходов, которые были совершены для генерации этого объема доходов.

Форма отчета о финансовых результатах была утверждена Минфином России в конце 2012 года. Основное уравнение, лежащее в основе отчета о финансовых результатах: Доходы - Расходы = Прибыль [4, с. 82]. Несмотря на простоту расчета, многие нюансы создают сложности при расчете прибыли, но многих погрешностей можно избежать, если подойти к вопросу основательно.

В общем виде финансовые результаты можно разделить на валовые (выручка), промежуточные (валовая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогов, маржинальный доход), чистые результаты деятельности организаций (чистая прибыль).

В первую очередь рассмотрим понятие выручка. По самому слову понятно, что это то, что предприятие выручило, то есть деньги, которые на него поступили, но на самом деле это не совсем так. Выручку за реализованную продукцию можно определять двумя способами:

1. По кассовому методу (т.е. по факту поступления денежных средств на расчетный счёт или в кассу предприятия).

2. По методу начислений (т.е. по факту отгрузки продукции).

Согласно приказу Минфина России от 19 октября 1995 года №115, выручка от реализации товаров (работ, услуг) для исчисления финансовых результатов определяется по факту отгрузки продукции. Поэтому в Российской Федерации кассовый метод используется очень редко и только в исключительных случаях и большинство предприятий работает по методу начисления.

Таким образом, одновременно можно попытаться с экономической точки зрения рассчитать две выручки по кассовому методу и по методу начислений и понимать, что в бухгалтерском и налоговом учёте будет использоваться выручка по методу начислений. Привести две выручки в соответствие между собой можно по следующей схеме:

Выручка за период (по факту отгрузки) + Стоимость остатков отгруженной, но не оплаченной продукции на начало отчетного периода – Стоимость остатков отгруженной, но не оплаченной продукции на конец отчетного периода = Выручка за период (по факту оплаты).

В современной экономической практике слово прибыль используется для обозначения нескольких понятий. Так валовая прибыль получается посредством вычитания из выручки материальных затрат, т.е. себестоимо-

сти произведенной продукции. Если из выручки вычесть не только материальные затраты, но и все остальные затраты (коммерческие и управленческие расходы), которые обусловили её появление, то мы получим прибыль от продаж.

Если прибыли от продаж скорректировать на доходы и расходы, в том числе внереализационные (проценты к уплате и получению), то получают налогооблагаемую прибыль. И далее после того, как всё уменьшают на величину налога на прибыль, получают чистую прибыль. Чистая прибыль является финальным результатом в рамках какого-то определенного периода времени. Но это ещё не значит, что предприниматель может взять эти деньги и положить себе в карман. Чистая прибыль может быть израсходована разными способами, она может быть распределена, но для этого нужно заплатить ещё налог на доходы физических лиц для каждого лица, который получает часть этой прибыли, или прибыль может быть пущена дальше в развитие производства и содержаться в дальнейшем балансе как нераспределенная прибыль.

Конечная цель анализа – объяснить, как управленческие решения в области операционной, инвестиционной и финансовой деятельности повлияли:

- 1) на чистую прибыль - доход собственников;
- 2) нераспределенную прибыль - прирост капитала в отчетном году [5, с.32].

Качество прибыли определяется ее структурой. Так целесообразно будет обратить внимание на изменение удельного веса прибыли от продаж в прибыли до налогообложения. Снижение рассматривается как негативное явление, свидетельствующее об ухудшении качества прибыли до налогообложения.

В целом в основе оценки тенденций формирования финансовых результатов лежит метод сравнения:

1. Оценивается в динамике деятельность организации минимум за три смежных года;
2. Сравниваются относительные показатели с показателями конкурентов, однотипных организаций и со среднеотраслевыми значениями показателей [6, 49].

На сегодняшний день наиболее актуальным показателем анализа финансовых результатов выступает показатель рентабельности. Данный показатель является универсальным показателем для измерения эффективности бизнеса. Мы можем рассчитать рентабельность как для компаний в целом, так и для отдельных бизнес-процессов. Например, рентабельность торгов или производства, а можно определить рентабельность для отдельных ресурсов как материальных, так и человеческих, а также рентабельность капитала. С помощью рентабельности определяют отдачу от нового направления деятельности, нового товара или проекта. Для того, чтобы

спрогнозировать прибыль, определить конкурентоспособность и оценить свой бизнес, также используют рентабельность.

Показатели рентабельности – относительные характеристики финансовых результатов и эффективности деятельности организации. Вся информация для расчета рентабельности находится в отчете о финансовых результатах.

Стоит обозначить, что каждый вид прибыли, отражаемый в отчете о финансовых результатах, используется для расчета соответствующей рентабельности (рисунок 1).

Оценка показателей эффективности и рентабельности осуществляется с целью определения результативности и экономической целесообразности деятельности организации и производится на основе расчета показателей рентабельности: рентабельности продаж (R_p) и рентабельности активов (R_a), а также показателя эффективности основной деятельности - Эф.



Рисунок 1. Виды рентабельности

Рентабельность деятельности предприятия определяется на основании расчета следующих показателей:

- Рентабельность продаж (R_p) – показывает размер прибыли на рубль реализованной продукции, то есть степень окупаемости затрат. Для торговой организации данный показатель является наиболее актуальным. Об эффективности ведения хозяйственной деятельности свидетельствует рост данного показателя.

- Рентабельность активов (R_a) – характеризует прибыльность средней величины активов, определяет, сколько прибыли до налогообложения приходится на 1 рубль стоимости активов. Таким образом, положительная динамика данного показателя свидетельствует об эффективности управления имеющимся капиталом.

Показатель эффективности основной деятельности (Эф) – позволяет соизмерить полученный эффект от основной деятельности с затратами и определяется как отношение выручки от реализации продукции к ее себе-

стоимости. Положительной тенденцией является рост данного показателя [6, с. 94].

После определения значений рентабельности осуществляется оценка данных показателей с помощью горизонтального и вертикального анализа. Горизонтальный анализ даёт возможность увидеть динамику и провести сравнение по месяцам или сравнение с прошлым годом (возможность учесть сезонный характер и инфляцию). Вертикальный анализ проводят, чтобы определить вес каждой статьи расходов и оптимизировать расходы.

Таблица 1. Основные показатели эффективности и рентабельности

	Название коэффициентов	Обозначение	Формула для расчета	Строки в бухгалтерской отчетности
1	Рентабельность продаж	$R_{\text{пр}}$	Прибыль (убыток) от продаж / Выручка * 100 %	стр. 2200 «Прибыль (убыток) от продаж» ОФР / стр. 2110 «Выручка» ОФР *100%
2	Рентабельность активов	R_a	Прибыль (убыток) до налогообложения / Активы * 100 %	(стр. 2300 «Прибыль (убыток) до налогообложения» ОФР / (стр.1600 «БАЛАНС Актив» ББ на нач. отчетного периода + стр. 1600 «БАЛАНС Актив» ББ на конец отчетного периода)/2) * 100 %
3	Показатель эффективности основной деятельности	$Э_{\text{ф}}$	Выручка / Себестоимость продаж	стр. 2110 «Выручка» ОФР / стр. 2120 «Себестоимость продаж» ОФР *100%

Значение анализа отчета о финансовых результатах довольно существенно, ведь анализ позволяет определить перспективы развития организации (прибыль, как источник финансирования), возможности мотивации персонала (прибыль, как источник реализации социальных программ), получение доходов учредителями на вложенный капитал предприятия (например, в форме дивидендов), позволяет установить возможности погашения организацией кредитов и займов, определяет инвестиционную привлекательность организации, а фондовые аналитики оценивают реакцию на высокий или низкий рост прибыли компании [3, с.46].

Таким образом, при детальном анализе финансовых результатов, возможно составить целостную картину положения дел в организации.

Библиографический список

1. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 32н (ред. от 27.11.2020) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Доходы организации" ПБУ 9/99" (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 N 1791)
2. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 33н (ред. от 06.04.2015) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Расходы организации" ПБУ 10/99" (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 N 1790)
3. Алисов А. С. Бухгалтерский финансовый учет: учебник и практикум для вузов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 471 с.
4. Бурлуцкая, Т.П. Бухгалтерский учет. Теория и практика: Учебно-практическое пособие - М.: Инфра-Инженерия, 2018 - 208 с.

5. Выгодчикова, И.Ю. Анализ финансового состояния предприятия: учебное пособие для СПО / И.Ю. Выгодчикова. — Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 59 с.
6. Казакова, Н.А. Анализ финансовой отчетности. Консолидированный бизнес: учебник для вузов / Н.А. Казакова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 233 с.

УДК 657.1.011.56

ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ

Шарер Н. В. бакалавр 2-го курса

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

Аннотация: Главной темой данной статьи является растущая динамика популярности использования современных информационных технологий на бухгалтерский и управленческий учет. Основой исследования являются различные технологии, применяемые в экономическом анализе при условиях современной экономике в России.

Ключевые слова: информационные технологии, экономический анализ, бухгалтерский учет, управленческий учет, электронная коммерция.

THE INFLUENCE OF MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES ON ECONOMIC ANALYSIS

Sharer N. V. bachelor's degree of the 2nd year

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

Abstract: The main topic of this article is the growing dynamics of the popularity of the use of modern information technologies for accounting and management accounting. The basis of the study is the various technologies used in economic analysis under the conditions of the modern economy in Russia.

Key words: information technology, economic analysis, accounting, management accounting, e-commerce.

В современном мире, где в большей степени развита совершенная рыночная экономика недостаточно только владеть информацией, необходимо правильно ее читать, обрабатывать, анализировать и использовать. Только обладая умениями экономического анализа возможно принимать эффективные управленческие решения, которые приведут к развитию организации.

Для выявления современных проблем развития экономического анализа, в первую очередь необходимо выявить что такое экономический анализ.

Экономический анализ – специальная отрасль экономических знаний, основной целью которой является выявление, оценивание и прогнозирование

ние результатов хозяйственной деятельности [2, с. 13]. Так что стоит отметить тот факт, что экономический анализ внутри организации не существует сам по себе, а является неотъемлемой частью системы ее управления.

Основой для экономического анализа являются различные данные бухгалтерского и управленческого учета. Зачастую организации уделяют особое внимание ведению именно бухгалтерского учета, так как это является их обязанностью, а управленческий учет часто не регламентирован и, бывает, не ведется должным образом. Широко известно, что бухгалтерская и финансовая отчетность представляет интерес не только для руководителей организации, но также и для различных контрагентов: кредиторов, инвесторов, поставщиков и так далее. Управленческая отчетность связана с деловой активностью организации, стоимости, размерах и эффективности использования ресурсов внутри организации, сферу реализации продукции и подобное. Данные управленческого учета является закрытой и доступна только для сотрудников организации.

Многие понимают то, что данные бухгалтерского и управленческого учета являются ключевым фактором конкурентоспособности компании. Именно поэтому экономический анализ необходим. А применение современных технологий в данном случае только укрепляет положение компании на рынке.

Бухгалтерский и управленческий учет характеризуются упорядоченной системой сбора, регистрации и обобщения информации, выраженной в денежном и натуральном эквивалентах об имуществе, обязательствах и работах компании.

Также необходимо упомянуть, что экономический анализ тесно связан со стратегически менеджментом предприятия, так как результаты анализа являются базой для разработки бизнес-планов. Так, экономический анализ представляет собой необходимый элемент управления организацией. Экономист-аналитик является важным кадром для любой организации, ведь его главной задачей является определение факторов и причин изменения тех или иных показателей предприятия.

Продолжая рассуждения о влиянии современного мира на развитие современного экономического анализа, нельзя не упомянуть о различных информационных технологиях. Так, с появлением первых компьютеров в XX веке различные виды учета получили новое направление своего развития. Рассмотрим понятие информационных технологий для того, чтобы определить их влияние на экономический анализ.

Информационные технологии в экономике – комплексный процесс, использующий различные способы и методы сбора, обработки и передачи информации для автоматизации потоков информации в экономической сфере [1, с. 15]. Несомненно, информационные технологии облегчают ра-

боту экономистов-аналитиков путем автоматизированных расчетов, сортировки информации по различным категориям и так далее.

Для снижения трудоемкости самых простых вычислительных процессов при проведении бухгалтерского и управленческого учета вводятся различные автоматизированные системы.

С появлением электронно-вычислительных машин началась новая эра развития экономического учета. Так началось устойчивое внедрение современных информационных технологий в хозяйственную и экономическую деятельность организаций. Экономистам и бухгалтерам приходилось выполнять намного меньше работы, в несколько раз сократилось количество допускаемых ошибок в расчетах, поиск информации стал намного проще и быстрее.

В эпоху информатизации предприятий программное обеспечение, как главный представитель информационных технологий, играет роль средств учета и анализа. Также в последнее время имеет резкую тенденцию развитие облачных технологий, которые могут иметь отличное практическое применение при экономическом анализе.

Облачные вычисления представляют собой динамически масштабируемый способ доступа к внешним вычислительным ресурсам в виде сервиса, предоставляемого посредством Интернета, при этом пользователю не требуется никаких особых знаний об инфраструктуре "облака" и управления этой облачной технологией [4, с. 1].

Облачные технологии обладают главным преимуществом, которым не обладает ни один другой способ хранения информации. Таким конкурентным преимуществом является хранение данных в одном месте, к которому есть доступ в любое время и в любой точке мира, где есть доступ к сети Интернет.

Самой популярной программой для электронного бухгалтерского учета в России являются различные продукты компании «1С».

Беспроводные сети появились примерно десятилетие назад, но до сих пор вызывают множество вопросов по поводу их использования. Современная технология интеллектуального анализа бухгалтерского учета постепенно интегрируется с промышленными беспроводными и облачными вычислениями. Развитие современного бухгалтерского учета, который берет различные примеры из бухгалтерского учета других стран, способствует развитию компаний в России. Так, с быстрым развитием экономики необходимо внедрить метод современной бухгалтерской статистики и анализа, используя рыночную экономику и финансы для проведения валютных расчетов и слияния фондов. В соответствии с развитием информационных технологий должна быть создана современная платформа анализа данных бухгалтерского учета, основанная на технологии облачных вычислений, чтобы улучшить возможности параллельных вычислений и статистического анализа современных данных бухгалтерского учета.

Влияние развития информационных технологий на социально-экономическую среду делает передачу информации более быстрой: цены, обменные курсы и процентные ставки и так далее являются более интенсивными в современной экономике, что заставляет пользователей экономической информации уделять больше внимания, так как она обладает высоким уровнем неопределенности. Именно поэтому привычная информационная система бухгалтерского и управленческого учета не может удовлетворить потребности времени.

Программа для экономического анализа затрагивает абсолютно все подразделения предприятия, в которых могут работать тысячи людей. Все они являются маленькими винтиками большого механизма, за которыми необходимо следить в течение всего времени работы предприятия. Именно поэтому облачные сервисы очень удобны, так как обмен информацией будет быстрым и простым. Также экономическая деятельность компании связана со всеми частями ее внешнего окружения, а именно клиентами, поставщиками, кредиторами, акционерами, поставщиками и так далее. Вся информация, поступающая от различных контрагентов также необходима для экономического анализа

Как современные предприятия могут планировать, координировать и контролировать огромное количество информации их экономической деятельности? Именно облачные технологии платформы для экономического анализа играют чрезвычайно важную роль в современном мире.

Бухгалтерская компьютеризация и создание сетей являются продуктами быстрого развития электронной коммерции. По сравнению с традиционной системой учета она имеет преимущества высокой эффективности и низкой стоимости труда.

Движение информации и документации в современном бухгалтерском учете имеет следующий вид, представленный на рисунке 1:

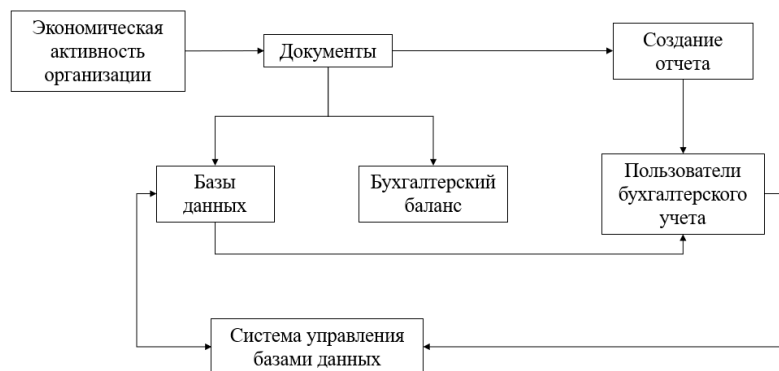


Рисунок 1. Схема современного бухгалтерского учета

Внутренний аудит является незаменимым средством эффективного управления электронной коммерцией. В основном он состоит из двух частей: системы внутреннего управленческого контроля и системы внутреннего бухгалтерского контроля.

Внутренний аудит электронной коммерции относится к внутреннему контролю, и на основе проверки степени внутреннего аудита он решает проверить содержание, объем и соответствующие процедуры бухгалтерских материалов, и на основании этого он соответствует нормативному и материальному методу аудита для тестирования. Внутренний аудит значительно снизил риск ошибок бухгалтерского учета, а также повысил его качество и эффективность.

Существует три конкретных метода внутреннего контроля электронной коммерции: метод анкетирования, метод блок-схем и метод письменных объяснений. Выделяют два основных пути внедрения компьютеризации в бухгалтерский учет организации [3, с. 2]:

1. «от простого к сложному»: первичный учет ведется в аналитических регистрах, а результаты переносятся в главную информационную систему;
2. «от сложного к простому»: учет ведется в единой базе данных, а аналитические регистры являются выборкой из него.

Так, подводя итоги проведенного исследования, можно сделать вывод, что влияние развития компьютеризации очень серьезно для компании со всех ее сторон. Каждый современный экономист-аналитик должен уметь пользоваться самыми простыми программами для бухгалтерского и управленческого учета. Поскольку современные финансовые отчеты значительно увеличат будущую информацию предприятий, такая информация должна иметь соответствующие гарантии качества. В связи с этим требуется большое количество бухгалтеров-консультантов.

Библиографический список

1. Нетёсова, О. Ю. Информационные технологии в экономике: учебное пособие для среднего профессионального образования / О. Ю. Нетёсова. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2022. — 178 с.
2. Экономический анализ в 2 ч. Часть 1.: учебник для вузов / Н. В. Войтоловский [и др.]; под редакцией Н. В. Войтоловского, А. П. Калининой, И. И. Мазуровой. — 7-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2022. — 291 с.
3. Зубарь, К. Ю. П. Информационные системы и технологии бухгалтерского учета / К. Ю. П. Зубарь, Н. В. Гайдук // Информационное общество: современное состояние и перспективы развития: сборник материалов VII международного форума, Краснодар. — Краснодар: Кубанский государственный аграрный университет, 2016. — С. 20-24.
4. Зубенко, Д. П. Облачные технологии в курсе "Информационные технологии в бухгалтерском учете" / Д.П. Зубенко, Е.Н. Зубенко // Новые информационные технологии в образовании: Сборник научных трудов 19-й международной научно-практической конференции, М.: Общество с ограниченной ответственностью "ІС-Паблшинг", 2019. — С. 368-370.

Управление финансами
на предприятиях и
в организациях



УДК 330

ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Антонян Л.Н. бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе рассмотрены понятия и принципы управления финансами малых предприятий, а также внедрение цифровых технологий в процесс управления.

Ключевые слова: управление финансами, цифровые технологии, информационные системы.

INTRODUCTION OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN FINANCIAL MANAGEMENT OF SMALL ENTERPRICES

Antonyan L.N. bachelor's degree of the 2nd year

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

Abstract. The paper discusses the concepts and principles of financial management of small enterprises, as well as the introduction of digital technologies in the management process.

Keywords: financial management, digital technologies, information systems.

В экономике любой страны наиболее важную роль играют малые предприятия. Находясь в условиях экономического кризиса, малые предприятия обеспечивают экономику государства стабильным функционированием. Это объясняется тем, что предприятия малого бизнеса отличаются рядом особенностей.

Во-первых, это возможность осуществления тотального контроля. Так как число сотрудников в малом бизнесе варьируется от 10 до 100 человек, его намного легче контролировать.

Во-вторых, это гибкость бизнеса. В отличие от среднего и крупного род деятельности малого бизнеса легче сменить, например, увеличить либо уменьшить объем производства или изменить спектр услуг.

И, в-третьих, высокая мобильность малого бизнеса, которая позволяет использовать те свободные возможности, на которые другие виды предприятия не станут заострять внимание.

Несмотря на многочисленные возможности малого бизнеса, стоит также не забывать о недостатках, к которым можно отнести риск, высокую конкуренцию и ограниченность ресурсов.

Именно поэтому вложение денежных средств в дальнейшее развитие с целью наиболее эффективного использования капитала и получения максимальной прибыли требует совершенствования управления финансами предприятия.

Управление финансами малого бизнеса в отличие от крупных предприятий, где для управления финансами компании создаются специальные службы, обычно осуществляется собственником компании. Объяснением этому является небольшой объем производства и относительно небольшой коллектив. Чаще всего собственник предприятия не владеет профессиональными навыками и отталкивается лишь от собственных знаний, из-за чего эффективность деятельности уменьшается, а риск банкротства увеличивается. Еще одной ошибкой управления финансами является возложение функций на бухгалтера, что также может привести к провалу.

Таким образом, осуществление управления финансами профессиональным уполномоченным предотвратит банкротство в малом бизнесе.

В первую очередь, решаясь открыть свое дело, предприниматель задумывается об источниках финансирования. Капитал необходим как для начала деятельности предприятия, так и для дальнейшего его развития. Существуют следующие источники финансирования предприятия: собственные, заемные и привлеченные[2, с. 225]. Самым простым и безопасным источником финансирования является использование собственных средств, сформированные из сбережений и накоплений предпринимателя или от продажи своей собственности. В ходе дальнейшего развития бизнеса в качестве собственных источников финансирования могут выступать амортизационные отчисления, прибыль, средства, полученные от продажи акций и др.

При нехватке денежных средств или вовсе их отсутствия, у предпринимателей есть возможность прибегать к источникам заемного капитала. Однако выдача кредита является не таким простым процессом как кажется. Так, наиболее важным принципом кредитования является его обеспечение, которое представляет собой гарантии, необходимые банку для возвращения своих средств, если заемщик окажется не в состоянии погасить свою задолженность. В качестве обеспечения по кредиту могут выступать поручительство, гарантия, а также залог и страхование ответственности заемщика за непогашение обязательств перед организацией, которым был выдан кредит. Поручителем или гарантом может быть любые хозяйствующие субъекты, такие как банк или другие предприятия.

Однако в настоящее время использование банковских кредитов для предприятий малого бизнеса является затрудненным процессом в связи высоких процентных ставок в России. Поэтому государством в целях поддержки деятельности малых предприятий был создан Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы»[4]. Данный проект направлен на упрощение доступа малого бизнеса к финансовым ресурсам, а также на расширение списка средних и малых предприятий. Национальный проект оказывает все необходимые меры поддержки (финансовые, имуществен-

ные, образовательные и т.д.) на всех этапах развития бизнеса. Наиболее распространенными видами поддержки являются предоставление кредита под госгарантию, возможность взятия микрозаймов, получения оборудования в лизинг, принятие участия в закупках крупнейших заказчиков и др. Нацпроектом также будут реализованы образовательные программы для дошкольников и взрослых.

Главным показателем успешного функционирования бизнеса является финансовая устойчивость, предполагающая выполнение предприятием следующих своих функций:

1. Оплата всех текущих долгов из дохода после получения денег от своих заказчиков;
2. Погашение будущих обязательств на основе ожидаемого дохода;
3. Владение достаточной суммой денежных средств для плановых вложений в основные средства;
4. Владение дополнительными средствами для покрытия незапланированных расходов.

Перечень данных пунктов запрашивает постоянного выполнения, т.к. они являются обязательными требованиями управления финансами малых предприятий. От того, насколько ответственно финансист подходит к планированию, управлению и контролю финансовых ресурсов зависит эффективность работы предприятия.

На сегодняшний день управление предприятием малого бизнеса облегчено за счет развития цифровых технологий. В ходе деятельности субъекты малого бизнеса используют различные цифровые технологии, которые позволяют более эффективно управлять финансами предприятия, а также снизить издержки ведения бизнеса. К таким цифровым технологиям относятся: онлайн-платежи, таргетированная реклама в социальных сетях, бухгалтерские программы, CRM-системы и т.д.

Но каким образом малые предприятия нуждаются в цифровизации? Так как для малых предприятий покупатель является основным, а иногда единственным источником дохода, бизнес должен действовать в интерес потребителей и предотвращать любые потери потенциальных покупателей. Также наиболее важную роль играет процесс экономии ресурсов. Хотя и государство оказывает поддержку в виде денежных средств и других льгот, но этого порой недостаточно для функционирования предприятия, поэтому одной из первоочередных задач, стоящих перед предприятиями малого бизнеса является экономичность использования ресурсов, что требует эффективного управления не только затратами, но и производством, продвижением, а также сотрудниками.

В отличие от крупных предприятий, организационные процессы малого бизнеса более простые, однако это не облегчает управление ими, ведь какой-то один процесс может включать в себя несколько мелких задач. Это приводит к тому, что принципы управления предприятием ма-

лого бизнеса должны быть такими же, как и крупными и средними компаниями. В небольшом бизнесе управляющему, как ни странно, необходимо уделять внимание каждому этапу, проходящему во время функционирования предприятия, что является сложным и долговременным процессом. Именно поэтому малому бизнесу в большей мере необходимо введение цифровых технологий.

Интерес предпринимателей к ведению онлайн-бизнеса начал расти стремительными темпами, вследствие чего владельцы активно ввели в управление финансами своего предприятия следующие инструменты использования цифровых технологий[1, с.98]:

1. Customer relationship management (CRM) – система управления взаимоотношений с клиентами. Данная программа позволяет предприятию хранить заявки, вести историю работы с клиентами и значительно упрощает процесс продаж.

2. Enterprize resource planning (ERP) – информационная система, которая обеспечивает контроль над ресурсами предприятия.

3. Cloud computing (Облачные вычисления) – программно-аппаратное обеспечение, позволяющее проводить сложные расчеты, обмен информацией, хранение данных и другие процессы, протекающие в предприятиях.

Острая необходимость в появлении цифровых технологий, позволяющих дистанционно управлять предприятием, появилась в период пандемии COVID-19. До начала пандемии владельцы малого бизнеса были нацелены на развитие физической инфраструктуры, однако когда ввели новые правила и ограничения, они начали задумываться о развитии интеллектуальных мощностей.

Вышеперечисленные технологии обеспечивают предприятия непрерывностью функционирования, правильностью распределения и использования ресурсов и возможностью увеличения продаж. Главной целью облачных систем является защита файлов от различных вирусов, предотвращение утечки данных, а также получение доступа к данным и связи с потребителями. Положительными сторонами облачных систем является также то, что они не употребляют большое количество электричества, а также позволяют избежать издержек амортизации при устаревании компьютерной техники.

На данный момент наиболее распространенными цифровыми системами, помогающими скоординировать сотрудников предприятия на правильную работу, провести дистанционное совещание, а также оперативно поделиться информацией, являются Zoom и Microsoft Teams. Для связи с внешним миром, не выходя из дома, сотрудникам предприятий следует лишь создать учетную запись, после чего они могут участвовать в звонках и чатах, выполнять задачи, редактировать документы и еще многие другие функции.

Помимо того, что предприятия малого бизнеса могут быть активными пользователями цифровых технологий, они также могут выступать в качестве производителей. Малые предприятия, носящие инновационный характер, могут производить и продавать различные виды цифровых технологий, например, технологии беспроводной связи (приложения для различных гаджетов), программные обеспечения, технологии виртуальной реальности, цифрового проектирования и строительства, разработка новых дизайнов изделий для цифрового пространства. Данные процессы также позволяют предприятиям увеличить численность клиентов, а, следовательно, получить уверенный поток прибыли.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в современных условиях предприятиям малого бизнеса очень важно освоить цифровые технологии, проводить эксперименты с продвижением, использовать облачные сервисы и внедрять различные технологии по обработке данных. Внедрение цифровизации в управление финансами малых предприятий способствует повышению эффективности работы, во многом облегчив задачи владельцев.

Библиографический список

1. Остроух, А.В. Интеллектуальные информационные системы и технологии: Монография/А.В. Остроух, А.Б. Николаев – СПб.: Лань, 2019 - 308 с.
2. Соломатин, А.Н. Экономика, анализ и планирование на предприятиях торговли: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2019. – 560 с.: ил.
3. Корпоративные стратегии и технологии в цифровой экономике: монография / Б.С. Батаева, Ю.В. Грызненкова, В.Ю. Диденко [и др.] ; под ред. И.Ю. Беляевой, О.В. Даниловой. — Москва: КноРус, 2021. — 267 с. — ISBN 978-5-406-09031-2. — URL:<https://book.ru/book/942941> (дата обращения: 05.05.2022)
4. Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» | Министерство экономического развития Российской Федерации (economy.gov.ru)

УДК 336.13

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ

Ваганова К.А. бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье рассматривается влияние санкций, введенных против России на предприятия малого и среднего бизнеса. Предложены меры по стабилизации деятельности компании. Даны рекомендации по адаптации предприятий к новым экономическим условиям.

Ключевые слова: санкции, предприятие, проблемы стратегического развития, экономическая нестабильность, курс рубля.

THE IMPACT OF ECONOMIC SANCTIONS ON THE ACTIVITIES OF ENTERPRISES

Vagapova K.A. bachelor's degree of the 2nd year

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

Abstract: The article examines the impact of sanctions imposed against Russia. Factors affecting the activities of enterprises are identified. The company's internal development strategies are proposed. Recommendations on the adaptation of enterprises to new economic conditions are given.

Keywords: sanctions, enterprise, problems of strategic development, economic instability, ruble exchanging rate.

В настоящее время условия хозяйствования можно охарактеризовать как неопределенные, с высоким уровнем конкуренции. Именно поэтому каждое предприятие стремится к разработке концепции своей деятельности, полностью отвечающей действительности. В таком случае для формирования четкого представления о главных направлениях деятельности предприятий большую важность имеет определение влияния санкций на работу предприятия.

Президентом Российской Федерации в 2018 году был подписан документ стратегического назначения, суть которого заключалась в определении основных направлений развития страны в экономическом и социальном секторах. Из этого документа следует, что одной из главных целей является усовершенствование экономики и общественно-политического сектора, которые изменились вследствие санкционной политики западных стран.

Кроме того, в настоящее время немаловажной является проблема восстановления предприятий после пандемии COVID-19. Исходя из результатов опроса предприятий, пандемия негативно повлияла на деятельность организаций. По статистике, по сравнению с предыдущим годом, предприятия потеряли более 24% от ежемесячного объема продаж и около 10% работников, занятых полный рабочий день.

В конце февраля текущего года в сторону России были введены экономические санкции, основной смысл которых заключается в следующем:

- ограничен ввоз высокотехнологичной продукции и технологий;
- запрещено брать займы на рынках Соединенных Штатов Америки и Европы для отечественных компаний;
- ограничено финансирование для крупного бизнеса
- заморожены резервы Центрального Банка РФ;
- а также несколько российских банков отключены от системы SWIFT, и ограничены платежные системы Visa и Mastercard.

Помимо этого, многие зарубежные компании и бренды покинули российский рынок. К ним относятся такие известные каждому компании, как Apple, H&M,

Исходя из статистических данных и аналитики, воздействие санкций ощущается предприятиями крайне остро по причине сильной зависимости отечественных предприятий от ввоза. По статистике, импорт составляет от 10% до 50% в более чем 43,9% российских предприятиях, что нельзя назвать положительным результатом. Это подтверждает, что бизнесу, еще не оправившемуся от кризисной ситуации пандемии COVID-19, переход в новую кризисную ситуацию дастся крайне тяжело. По этой причине компаниям необходимо ввести новые меры поддержки в большем масштабе, чем принятые в 2020-2021 годах. В последние годы количество предприятий, которым удалось получить государственную поддержку, крайне мало - всего треть от общего числа организаций. Ожидается, что в этом году она охватит около 80-90% всех российских компаний.

Работа над мерами поддержки компаний, попавших под санкции, идет полным ходом: Президент Российской Федерации уже подписал два пакета антикризисных мер по защите граждан и предпринимателей. Эти мероприятия должны касаться всех сфер деятельности, однако в отдельную группу следует выделить средние и малые предприятия. Они заслуживают особого внимания.

Финансовая поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП). Основными важными мерами поддержки бизнеса, разработанными Правительством Российской Федерации и Центральным Банком России, можно назвать три программы:

- 1) Антикризисная программа — дает возможность предприятиям взять кредит на любые цели под процент до 8,5% годовых, а если они получат независимую гарантию акционерного общества «Корпорация малого и среднего предпринимательства» — 8% годовых.
- 2) Инвестиционная — данная программа будет реализована при поддержке Центрального Банка Российской Федерации и «Корпорации малого и среднего бизнеса». Она даст возможность предприятиям взять инвестиционный кредит под процент от 13,5% до 15%.
- 3) Оборотного кредитования — её реализатором станет Центральный Банк России. Программа связана с получением оборотных кредитов. Программа будет действовать до 30 декабря текущего года, а средний объем кредитования насчитывает около 340 миллиардов рублей.

Помимо этого, среди основных событий произошли достаточно серьезные перемены в отношении ввоза продукции, который, как говорилось раньше, имеет большое значение для деятельности отечественных предприятий. Об этом сообщил министр экономического развития Российской Федерации Максим Геннадьевич Решетников на брифинге, прошедшем 28 марта настоящего года.

В первую очередь, Президент Российской Федерации подписал законопроект, вносящий ряд значительных изменений. Благодаря этому можно производить ввоз продукции со ставкой, равной нулю. Это возможно, если ввозимое будет использовано в инвестиционных проектах. Кроме того, этот законопроект позволил сделать процесс импорта сложнocomпонентного оборудования значительно проще.

К другим изменениям, произошедшим благодаря нововведениям в законодательстве, можно отнести снижение импортных пошлин на большое количество разнообразной продукции, декларирование продукции при ввозе теперь будет осуществляться в новом порядке, в соответствии с распоряжением Федеральной таможенной службы сильно упростилась процедура пограничного контроля.

По словам М.Г. Решетникова, последние изменения в отношении политики импорта произошли в связи с установлением новых логистических цепочек со странами-соседями — Узбекистаном, Казахстаном.

Однако, несмотря на большую поддержку со стороны государства, многие экономисты говорят о том, что отечественные предприятия смогут почувствовать на себе влияние нынешней экономической ситуации. Из прогноза портала Bloomberg следует: стоит ожидать сильное замедление роста отечественной экономики в высоких 4,5% до почти 2%. Более пессимистичную оценку будущей ситуации высказала Наталия Орлова, находящаяся на должности главного экономиста и руководителя центра экономического анализа Альфа-банка. По ее мнению, от 2022 года стоит ожидать крайне неблагоприятные условия для экономического развития предприятий.

Однако стоит заметить и положительную динамику – в связи с уходом многих зарубежных компаний, для отечественных предприятий возникли новые возможности развития. По мнению Бориса Агатова, независимого эксперта по технологиям в ритейле и футуролога, наши компании создают товары, сопоставимые по качеству с зарубежными, однако были вынуждены занижать цены в связи с высоким уровнем конкуренции. После ухода компаний, перечисленных выше, у этих предприятий появилась возможность стать лидерами на отечественном рынке; теперь они могут поднять цены. Кроме того, к положительным последствиям санкций можно отнести:

- Возникновение новой, единой платежной системы — с начала лета по конец зимы текущего года планируется начать тестировать единые налоговые платежи для бизнеса. В соответствии с Федеральным законом от 29.11.2021 №379-ФЗ «О внесении изменений в часть первую Налогового кодекса РФ» полностью добровольно юридические лица и ИП смогут опробовать работу новой системы. Она позволит им единым платежом перечислить налоги, авансы, сборы, пени, страховые взносы и штрафы;

- Отменен НДС — уже с 1 января текущего года предприниматели, работающие в сфере общепита, были освобождены от уплаты НДС. Освободиться от уплаты налога смогли только те предприятия, чьи доходы в 2021 году составили не более двух миллиардов рублей, большую часть из которых должны составлять доходы от предоставления услуг общепита;

- Произошло изменение суммы обязательных платежей для индивидуальных предпринимателей. Изменилась процедура государственных закупок — с начала года появилась возможность выбрать один из трёх способов участия в процедуре госзакупок. Теперь можно запросить котировки (тогда происходит рассылка извещений о проведении тендера), провести конкурс или аукцион. Произошли изменения и в сроках оплаты государственных контрактов: для малого бизнеса она уменьшится до десяти дней, а для остальных компаний уменьшится вполтину.

- Добавилась возможность выплаты субсидий — в случае, если бизнес трудоустроит лица в возрасте до тридцати лет, которые относятся к «уязвимым» категориям рынка труда, государство должно будет оказать ему поддержку. К таким категориям относят людей, не имеющих среднее или высшее образование, имеющих детей, не достигших совершеннолетия, лица, не сумевшие устроиться на работу по истечению трех месяцев после военной службы или после получения образования. Такие субсидии равны минимальному размеру оплаты труда в трехкратном размере.

- Производится поддержка предприятий, функционирующих в области IT-технологий — уже в ноябре прошлого года был утвержден второй пакет льгот. Такой пакет состоит из целого ряда мер, большая часть которых начала осуществляться с начала этого года. Для таких предприятий значительно упростят валютный контроль, создадутся льготы для лиц, инвестирующий в игровые проекты.

Проанализировав полученные данные, можно заявить о том, что на деятельность российских предприятий санкции и нестабильная экономическая ситуация произвели как положительное, так и негативное влияние, подробнее о которых мы говорили выше. Несмотря на активную поддержку со стороны государства, целесообразно принять меры по поддержанию стабильного функционирования предприятия и успешного его развития. В сложившейся современной экономической ситуации страны можно порекомендовать ряд мероприятий, направленных на увеличение эффективности экономического роста и понижение рисков.

1) Необходимо минимизировать расходы. Стоит помнить, что, используя данную меру, нужно обязательно тщательно контролировать проведение мероприятий, проводимых с целью уменьшения затрат и анализировать результаты своей работы. Наиболее значимыми в таком случае являются меры, как снижение закупок сырья, уменьшение заработной платы и освоение технологий, которые требуют минимальных затрат ресурсов.

- 2) Увеличение поступления денежных средств в организации. Обычно происходит за счет господдержки, выплате трансфертов.
- 3) Проведение работы с кредиторами. Смысл такой работы состоит в реструктуризации задолженности перед кредиторами в случае, если кредиторы в свою очередь уступают или совсем освобождают от процентной выплаты.
- 4) Разработка новой стратегии. При применении данной меры стоит правильно выявить основные направление, нуждающиеся в модернизации, с целью достижения положительных экономических показателей.
- 5) Проведение реорганизации и реструктуризации предприятия. Они подразумевают не только полное изменение стратегии, но и кардинальную смену сферы деятельности (например, смена оказываемых услуг, производство другой продукции, выполнение иных работ).

Важно заметить, что изменения в функционировании являются естественной реакцией на перемены в экономической ситуации в стране и мире. Они крайне важны, чтобы предприятие могло оставаться конкурентоспособным. Именно поэтому адаптация к новым условиям функционирования экономики в стране позволит предприятиям выйти из кризиса с минимальными потерями.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 29.11.2021 №379-ФЗ «О внесении изменений в часть первую Налогового кодекса РФ»
2. Постановление Правительства РФ от 13 марта 2021 №362 «О государственной поддержке в 2021 году юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при трудоустройстве безработных граждан»
3. Динамика промышленного производства в январе 2022 года // Федеральная служба государственной статистики URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/154712> (дата обращения: 03.05.2022).
4. Наговицына Э.В., Тусин Д.С. Обеспечение экономической безопасности России на основе привлечения инвестиций в развитие агропромышленного комплекса // Вестник НГИЭИ. - 2022. - №4. - С. 90-102.
5. Пупкова М.А., Ткаченко Р.О., Таджикибаева В.А., Антушев А.В., Яновская А.А. Развитие системы глобального экономического управления в условиях санкционного противостояния // Финансовые рынки и банки. - 2022. - №3. - С. 29-32.

УДК 338

ВЛИЯНИЕ АНТИРОССИЙСКИХ САНКЦИЙ НА ФИНАНСОВУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ И ПУТИ ВЫХОДА ИЗ СЛОЖИВШЕЙСЯ СИТУАЦИИ

Давыдова А.В. бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Костина О.И. к.э.н. профессор кафедры
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация: В работе проанализировано влияние внешних ограничителей на стабильность предприятий, пути ее повышения, а также меры поддержки российских организаций государством в период санкций.

Ключевые слова: санкции, стабильность предприятия, платежеспособность, меры поддержки государства.

THE IMPACT OF ANTI-RUSSIAN SANCTIONS ON THE FINANCIAL STABILITY OF ENTERPRISES AND WAYS OUT OF THE CURRENT SITUATION

Davydova A. V. bachelor of the 2st year

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

Abstract: The paper analyzes the impact of external constraints on the stability of enterprises, ways to improve it, as well as measures to support Russian organizations by the state during the sanctions period.

Keywords: sanctions, enterprise stability, solvency, state support measures.

Сегодня весь мир ощущает на себе действие санкций против России, которые препятствуют импорту и экспорту многих товаров. Санкции оказывают негативные последствия на стабильность предприятий, которая является одной из наиболее существенных особенностей финансово-хозяйственной деятельности. Она используется для того, чтобы оценить финансовое состояние предприятия, его устойчивость, платежеспособность, конкурентоспособность, возможность банкротства, является своего рода гарантией реализации экономических интересов предприятия. На предприятии в процессе его хозяйственной деятельности происходит постоянный и непрерывный процесс обращения капитала, изменяется структура основных и оборотных фондов, источники их формирования, потребность в финансовых ресурсах, а также финансовое состояние предприятия.

Кризисная ситуация, которая в настоящий момент существует в мире требует от российских предприятий повышения эффективности производства, конкурентоспособности своей продукции путем внедрения и использования достижений научно - технического прогресса, совершенствования форм хозяйствования и управления производством.

Наиболее критичным для российских предприятий является рост цен на оборудование и комплектующие, на сырье и материалы, связанный с введением санкций зарубежными странами. Сокращение объема кредитов и инвестиций в результате применения штрафных санкций также оказывает негативное влияние на деятельность предприятий. Некоторые предприятия намерены изменить списочную численность сотрудников - сократить штат, что ведет к росту безработицы, а также сокращать размер "социального пакета", что не лучшим образом сказывается на благосостоянии их сотрудников.

В результате введения санкций невозможно оснастить предприятие современным оборудованием, современными технологиями, так как ввоз импортных товаров ограничен. С введением санкций возникли трудности и со смежными предприятиями – получателями продукции. Влияние санкций приводит к необходимости поиска новых подрядчиков, изменениям в транспортировке товаров. Снижается спрос на выпущенную продукцию.

Основным фактором устойчивого финансового состояния предприятия является способность предприятия работать бесперебойно. Эта возможность предусматривает непрерывный денежный поток за счет продаж производимой продукции при наличии и эффективном использовании лучших финансовых ресурсов на предприятии. Платежеспособность обеспечивает способность предприятия оплачивать свои обязательства, постоянно обогащая производственный процесс.

Существует несколько основных мер по обеспечению финансовой устойчивости внутри предприятия.

Одной из основных мер является обеспечение снижения себестоимости производимой продукции.

Для большинства предприятий и организаций присущи лишние расходы, на которых можно сэкономить. Один из основных путей восстановления прибыльности предприятий – это снижение издержек, который достигается при условии исключения второстепенных и малодоходных сфер деятельности, различных ограничений, а также всевозможного прекращения капитальных расходов. Применение и использование новых технологий (энергосберегающих, ресурсосберегающих), инновационных методов и инвестиционных предложений является важной целью для снижения расходов на сырье и оборудование, которое имеет предприятие, а также не менее значимой целью является установка нового, а самое главное экономического оборудования.

Второй мерой является пересмотр маркетинговой политики и усиление маркетинговой службы. Другими словами, можно сказать, что это представляет собой необходимость для клиентов создать такую атмосферу безопасности и доверия, которая поможет установить необходимый контакт с ним. Это поможет не только положительно настроить, но и повысить удовлетворенность клиента от заключаемой сделки.

Важным моментом является то, что кризис повлиял и на пути реализации продукции предприятий. В результате возникла необходимость изменения или расширения системы продаж и привлечения клиентов с помощью выпуска новых товаров, которые реализовывались на уже существующие рынки сбыта, либо создание новых рынков сбыта для уже существующих товаров. Еще одной мерой является переориентирование предприятий, которое способствует удовлетворению спроса на продукцию конкретных территорий. Это позволит не только ускорить оборот денег, но и значительно сократить транспортные расходы [2].

Также, обеспечить стабильность предприятия возможно путем продажи части имущества предприятия. Это необходимо, если предприятию нужны наличные средства для поддержки его функционирования. Оно предусматривает продажу краткосрочных финансовых вложений, излишних производственных запасов, продажу запасов готовой продукции, продажу неиспользуемых объектов недвижимости. Еще возможна остановка инвестиционных проектов с продажей объектов незавершенного строительства, неустановленного оборудования. Такие меры позволят устранить либо снизить неплатежеспособность предприятия. Также возможна остановка нерентабельных производств. Если производство убыточно или его невозможно продать, то его необходимо остановить, чтобы исключить дальнейшие убытки, или на базе его осуществить производство новой продукции.

И наконец, реорганизация – это один из основных и вероятных способов предприятия выйти из состояния кризиса и восстановить свою платежеспособность.

Реорганизация предприятий может быть проведена в форме слияния, преобразования, разделения, присоединения, выделения. При экономической нестабильности наиболее приемлемой и дающей наилучший эффект является форма слияния предприятий. Так при слиянии можно достичь сокращения затрат, необходимых для пополнения номенклатуры товаров, а также увеличения заказчиков, и необходимые транспортные затраты.

В целом, для осуществления финансового восстановления предприятия возможно сочетание нескольких мероприятий стабилизации.

Помимо внутренних мер существуют и внешние – это поддержка российских предприятий государством.

Ввиду санкций, введенных зарубежными странами в отношении России, государство разработало целый комплекс мер, которые направлены на поддержку российских предприятий:

- Запрет на проверки. Правительством Российской Федерации было принято решение на определенный период ввести мораторий на плановые проверки. Это касается проверок такими организациями, как Роспотребнадзор, пожарные инспекции, трудовые и другие. Исключение составляют проверки, когда существует риск для жизни и здоровья людей.

- Кредитные каникулы. В середине марта правительство РФ объявило о кредитных каникулах. Это означает, что предприятия в течении льготного периода могут обращаться в банк с просьбой об отсрочке либо уменьшении размера платежа по кредиту. Однако воспользоваться такой привилегией смогут только те предприятия, которые относятся к отрасли, включённой в перечень, определенный Постановлением правительства РФ.

- Отсрочка по налогам и поддержка региональных властей. Полномочия правительства будут расширены, оно может регулировать налоговое

законодательство: изменять сроки уплаты налогов и взносов, сроки сдачи отчётов, отменять мероприятия по налоговому контролю, принимать другие меры, которые направлены на стабилизацию экономической ситуации. Региональные власти могут разработать и другие меры по поддержке предприятий в рамках своих полномочий.

- Преимущества для ИТ-компаний и разработчиков мобильных приложений. Указом Президента Российской Федерации все аккредитованные организации до конца 2024 года освобождаются от уплаты налогов на прибыль, от налоговых проверок, валютного и других видов контроля. А также, ИТ- компании могут взять выгодный кредит по ставке не более 3% для новых проектов или продолжения работы [1].

- Льготные кредиты для бизнеса. Банк России разработал антикризисные программы льготного кредитования. У предприятий есть возможность получать кредиты на срок до одного года и инвестиционные кредиты на срок до трёх лет. Изменения ключевой ставки не будут влиять на ставки по таким кредитам.

- Государство запустило онлайн-сервис «Биржа импортозамещения». Это позволит российским производителям и заказчикам быстро находить друг друга для дальнейшего сотрудничества. С помощью этой услуги клиент сможет отправить запрос на покупку товаров, а поставщики и производители предложат свои цены и партнерские отношения, исключая дополнительные расходы, согласования и проверку. Со временем в эту базу данных войдут и российские производители и международные поставщики, которые будут сотрудничать с нашей страной. Так как иностранный продукт в условиях санкций невозможно купить и доставить в Россию этот цифровой сервис особенно необходим в нынешних условиях, когда необходимо быстро перейти на отечественное производство [2].

Основными целями импортозамещения является сокращение зависимости от импорта и создание условий для развития отечественной промышленности. Политика импортозамещения в основном направлена на поддержку отечественных организаций путем предоставления льгот, большинство из них поддерживают отечественные организации в виде льгот, субсидий и кредитов по низким процентным ставкам.

- В целях снижения продовольственной зависимости от западных партнеров, государство запустило госпрограмму для развития сельскохозяйственных предприятий. Она предусматривает получение сельскохозяйственными предприятиями огромной поддержки в виде частичной компенсации расходов на строительство, покупку оборудования, погашение кредитов, а также ремонт и модернизацию производства [1].

Значительное количество отраслей затрагивает госпрограмма развития экспортного потенциала промышленности на период до 2025 года. Основными задачами является совершенствование таможенного регулирования и администрирования, возмещения НДС, правил валютного и экс-

портного контроля, ускорение и упрощение административных торговых процедур.

Таким образом, стоит отметить, что в самых сложных современных условиях, в условиях кризиса только предприимчивые предприятия, которые используют нестандартные, новые решения смогут добиться успехов в преодолении кризиса и стабилизации финансового состояния предприятия. Все эти меры и механизмы внутренней и внешней финансовой устойчивости предприятий позволят не только устранить финансовый стресс, но и ускорить темпы их экономического развития.

Важно, чтобы стабильное и устойчивое состояние финансовых ресурсов предприятий определяло потребности рынка и отвечало новейшим требованиям развития предприятия, так как недостаточная и нестабильная финансовая устойчивость может привести к неплатежеспособности предприятия и отсутствию у него средств для эффективного развития производства. И в первую очередь это касается развития тех отраслей промышленности, которые обеспечивают необходимыми товарами своих граждан и для того, чтобы произведенная на российских предприятиях продукция была наиболее конкурентоспособной на мировом рынке.

Библиографический список

1. Самые изменившиеся из-за санкций отрасли экономики [Электронный ресурс] - Режим доступа - URL: <https://www.rbc.ru/economics/28/10/2019/5db1a76a9a794744a5d6e13a> (дата обращения 01.05.2022)
2. Санкции 2022: Гид по мерам поддержки бизнеса от экспертов taxCOACH [Электронный ресурс] - Режим доступа - URL: https://www.taxcoach.ru/taxbook/Sanktsii_2022_Gid_po_meram_poddergki_biznesa_ot_ekspertov_taxCOACH (дата обращения 02.05.2022)
3. Костина О.И., Мухина О.М. Финансовая безопасность организации: сущность, цели, задачи, показатели обеспечения// Актуальные проблемы развития финансового сектора сборник материалов V Международной научно-практической конференции 22 ноября 2017 г. /Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2017. Ч. 2. - С.149-156.

УДК 336.647.2

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ

Завадская О.С. бакалавр 2-го курса,

Степайкина Ю.В. бакалавр 2-го курса

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

Аннотация. В работе рассмотрена роль управления финансами на предприятии, основные цели управления финансами на предприятии, методы управления финансами на предприятии, антикризисная политика управления финансами на предприятии.

Ключевые слова: экономика, финансы предприятия, финансовый менеджмент, оценка, управление

FINANCIAL MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE

Zavadskaya O.S. bachelor's degree of the 2nd year,

Stepaykina Y.V. bachelor's degree of the 2nd year

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

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The paper considers the role of financial management at the enterprise, the main objectives of financial management at the enterprise, methods of financial management at the enterprise, anti-crisis policy of financial management at the enterprise.

Keywords: economics, enterprise finance, financial management, management.

Управление финансами организации играет неоспоримую роль, так как от рациональности управления в большей степени зависит место организации на рынке и ее фактическая и потенциальная прибыль. Грамотно разработанное и реализованное управление финансами организации, то есть создание финансового менеджмента организации, подразумевает обустройство на организации ряда инструментов, целью которых является повышение эффективности деятельности финансовой службы и самой фирмы в том числе.

Управление финансами организации подразумевает осуществление деятельности внутри хозяйствующего субъекта по планированию, организации и контролю всех процессов в организации, включая анализ динамики изменения объемов денежных ресурсов и финансовой структуры. В целях управления средствами организации разрабатываются и применяются определенные инструменты финансового механизма.

Финансовый механизм представляет собой систему инструментов влияния на финансы организации с целью максимально эффективного управления имуществом фирмы и достижения плановых значений деятельности фирмы. Конечной целью финансового механизма является обеспечение максимального результата от реализации функций финансов.

Управление финансами организации опирается на определенные цели, такие как:

- обеспечение достижения максимальной потенциальной прибыли организации за определенный период (как правило, год);
- обеспечение роста цены собственного капитала организации;
- обеспечение ликвидности и платежеспособности организации.

Достижение поставленных целей осуществляется путем применения субъектом управления, к которым относятся организационные структуры управления финансами, инструмента воздействия, то есть финансовой политики организации, на объект управления, под которым понимается система финансовых отношений организации, для достижения конечной це-

ли, то есть максимизации прибыли и роста стоимости компании. Все вышеперечисленные элементы представляют собой структуру управления финансами организации.

За организацию работы системы финансового менеджмента в организации отвечает специализированное подразделение, представленное одним работником или полноценным отделом. Возглавляет финансовую службу собственный руководитель, а функции такого подразделения могут быть разделены внутри еще нескольких подразделений в зависимости от размеров организационной структуры, структуры, к которым относят:

- финансового директора;
- главного бухгалтера;
- генерального директора.

Подобное разграничение функций относительно управления финансами между различными структурами позволяет добиться делегирования обязанностей и ответственности, а также добиться максимально скоординированной деятельности данных структур.

Каждый хозяйствующий субъект обязан составлять ряд определенных документов, чтобы организовать максимально рациональное и эффективное управление финансами. К ним относятся:

- бухгалтерский баланс организации;
- отчет о финансовых результатах организации;
- отчет об изменениях капитала организации;
- отчет о движении денежных средств организации и т.д.

Для обеспечения максимально эффективно управления финансами организации используются разнообразные методы и инструменты, которые выбираются исходя из определенной ситуации в целях обеспечения максимизации их эффективности.

Основными методами управления финансами в организации являются краткосрочное и долгосрочное планирование, операционная система и контроль. Грамотно реализованная операционная выражается в финансовом результате деятельности организации, а также дает возможность модернизировать движение денежных средств организации при минимальных затратах.

Контроль финансов также играет огромную роль, так как позволяет проводить анализ значимых показателей деятельности организации, выявлять при этом ошибки и ликвидировать их.

Планирование же представляет собой основу финансового менеджмента, так как строится на основе текущего состояния организации и позволяет составить рациональный прогноз с учетом выбранной стратегии и влияния рыночных факторов.

В совокупности грамотно составленная операционная система, контроль и планирование дают возможность свести к минимуму возможные

риски для организации. Также выделяют такие методы управления финансами, как моделирование, мониторинг, диверсификация и т.д.

Немаловажно умение приспосабливаться в условиях кризиса. Грамотное управление финансами организации в нестабильных условиях является важным критерием для эффективной деятельности организации и ее последующего развития. Выделяют определенные принципы управления финансами предприятия в условиях кризиса:

- быстрое обнаружение кризисных явлений в финансовой деятельности фирмы;
- оперативное реагирование на кризисные явления в деятельности фирмы;
- адекватное восприятие реальной степени угрозы для фирмы;
- принятие рациональных и взвешенных решений по устранению кризисных явлений в деятельности фирмы.

С первым кризисом компания Apple столкнулась в 1985 году, причиной чему стало неправильное управление. На тот момент компания развивать в двух независимых друг от друга направлениях - Apple и Macintosh. Скалли, являвшийся на тот момент директором, посчитал наиболее эффективным развивать Apple и Macintosh именно обособленно, что привело в итоге к открытому противостоянию и конкуренции. К тому же на тот момент сложилась неясная система управления. Так, Джобс являлся главой Macintosh, однако был подчинен Скалли, но в то же время он на правах председателя Apple мог руководить Скалли. В таких условиях Скалли решил, что оперативное управление построено нерационально и мог либо подать в отставку, либо снять Джобса с должности руководителя Macintosh. Однако Джобс с этим не согласился и сам подал в отставку конфликты. Уход Джобса лишь усугубил уже существовавшие внутри организации конфликты.

В 1981 году выпустили компьютер IBM PC. Который никак не был лучше Мака и не создавал Apple конкуренцию. Сама фирма IBM отнеслась к своему компьютеру менее серьезно, чем мола бы, она допустила много ошибок во время его выпуска, в том числе выпустила лицензию на производство клонов. Это привело к тому, что по всему миру начали выпускать более дешевые копии этого компьютера. А Apple, несмотря на многолетние призывы со всех сторон, оттягивала продажу лицензий на производство клонов Macintosh до тех пор, пока почти не осталось желающих их приобрести. Эта позиция Скалли стала одной из самых трагических ошибок в истории компании.

После выхода операционной системы Windows 95 компании Microsoft стало ясно, что Apple окончательно утратила свое стратегическое место на рынке. С точки зрения удобства и привлекательности работы у MacOS нет преимуществ перед Windows 95.

Если Apple сохранит самостоятельность, ей придется стать менее крупной, но более доходной компанией. Apple уже планирует сосредоточиться на тех сегментах рынка, где сильны ее позиции. Эта стратегия, однако, предполагает отказ от амбиций лидера промышленности. Когда фирма только создавалась, Джобс мечтал, чтобы у каждого человека на Земле был свой Apple. Если его мечте и суждено сбыться, то только частично - компьютер у каждого землянина, может быть, и будет, но только, к сожалению, уже не Apple. Тем временем, стоит заметить, мечта Стива Джобса была почти осуществлена. Apple стал доступен и очень удобен в использовании, чем, естественно, привлек многих.

В 1993 году Apple столкнулся с серьезным кризисом, тогда руководство компании предпринимает следующий шаг - выпускает новые модели Macintosh, способные воспринимать речевые команды. Их презентация должна подтвердить имидж фирмы как технологического лидера. В этом и состоит вся идея антикризисного управления компании Apple - всем работникам: от самых низов и до генерального директора была привита идея постоянного совершенствования, несмотря на какие бы то ни было трудности.

При руководстве Джобса Apple достигла своих высот и наибольшей популярности в связи с тем, что Джобс сосредоточился на непрерывном совершенствовании и доступности продукции Apple. Именно при Джобсе стал известен знаменитый Apple Computer. В последующие годы продукция Apple постоянно совершенствовалась, выпускался новый софт, что и стало основной причиной успеха Apple, вследствие чего они прочно укрепили свою позицию на рынке.

2007 году Apple вновь поразила и завоевала рынок, выпустив первый в своем роде iPhone. Джобс впервые представил его 9 января 2007 года на конференции в Калифорнии, произведя тем самым невиданный ранее компанией фурор. Продажи и популярность первого iPhone оказались колоссальными, а Джобс все так же придерживался позиции о непрестанном совершенствовании и росте Apple. Именно поэтому Джобс каждый год модернизировал и улучшал свой новый проект. И уже в 2008 представил iPhone 3G. До 2011 года Джобс вел компанию к успеху и стабильности. После смерти Стива Джобса компанию Apple возглавил Тим Кук, новые модели iPhone и MacOS выпускаются по сей день, компания Apple имеет известность и стабильность во всем мире, приобретенную Джобсом, однако при Куке яблочная продукция выросла в цене в 2-3 раза и стала менее доступной, нежели ранее. В связи с этим Apple сталкивается с новыми проблемами.

Таким образом, грамотное управление финансами организации представляет собой особо важную деятельность специализированного подразделения в организации, дающую возможность при помощи определенных

методов, описанных ранее в работе, обеспечить максимизацию прибыли и рост стоимости самой компании даже в кризисных условиях.

Библиографический список

1. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учебник. 3-е изд., перераб. - М.: Финансы и статистика, 2020.
2. Ковалев, Л.Т. Финансовое положение предприятия: экспресс-исследование // Новая экономическая газета. -2021. - №21. - с. 21-24.
3. Лапуста, М.Г. Финансы организаций (предприятий): Учебник / М.Г. Лапуста, Т.Ю. Мазурина, Л.Г. Скамай. - М.: ИНФРА-М, 2020. -575 с.
4. Нечаев Е.В. Анализ финансов предприятия в условиях рынка: Учебное пособие. - М.: Высш. шк., 2020. - 192 с.: ил
5. Теория анализа хозяйственной деятельности / Под ред. В.В. Осмоловского. - Минск: Вышейшая школа, 2021
6. Фридман, А.М., Финансы организаций (предприятий). - М.: ИТК «Дашков и К», 2021-488 с.

УДК 338

УВЕЛИЧЕНИЕ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФАКТОР УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Ковалева С.А. Магистрант 2-го курса

*Научный руководитель: Губанова Е. В., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье рассмотрен фактор улучшения финансового состояния за счет увеличения прибыли организации на примере ООО «Нефтегазстрой». Были рассмотрены мероприятия по улучшению финансового состояния, предложены способы увеличения прибыли, которые характерны для данной организации, а также рассчитана эффективность предлагаемых способов.

Ключевые слова: прибыль, финансовое состояние, затраты, строительство, строительные услуги, выручка, себестоимость, персонал.

INCREASING THE PROFIT OF THE ORGANIZATION AS A FACTOR OF IMPROVING THE FINANCIAL STATE OF THE ORGANIZATION

Kovaleva S. A. master's student of the 2nd year

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

Annotation. the article considers the factor of improving the financial condition by increasing the profit of the organization on the example of Neftegazstroy LLC. Measures to improve the financial condition were considered, ways to increase profits that are typical for this organization were proposed, and the effectiveness of the proposed methods was calculated.

Keywords: profit, financial condition, costs, construction, construction services, revenue, cost, personnel.

Общество с ограниченной ответственностью «Нефтегазстрой» в дальнейшем именуемое - «Общество» создано в соответствии с действующим законодательством РФ. Общество зарегистрировано в соответствии с Гражданским Кодексом Российской Федерации, Федеральным Законом «Об обществах с ограниченной ответственностью». ООО «Нефтегазстрой» является организацией с низкой платежеспособностью, и её состояние характеризуется как недостаточно устойчивое. Одной из основных проблем является низкий уровень обеспеченности собственными средствами.

Мероприятиями по улучшению финансового состояния организации могут служить: увеличение прибыли, сокращение расходов, оптимизация персонала, оптимизация дебиторской задолженности и другие. Процесс формирования оптимальной структуры капитала представляет собой часть общей финансовой стратегии организации и заключается в обеспечении необходимого уровня самофинансирования [1].

Каждая строительная компания как, впрочем, и любая другая коммерческая организация, стремится повысить собственную эффективность путем получения большего количества доходов. Сделать это можно несколькими путями. Рассмотрим их подробнее, выделив преимущества и недостатки для того, чтобы сформулировать единую систему и рекомендации для строительных компаний.

Первый, и наиболее очевидный способ - увеличение числа продаж. В сфере строительства для увеличения количества проданных «квадратов» используется множество методов:

- возможность инвестировать на этапе строительства (в том числе при закладке фундамента или даже при получении разрешительной документации);
- возможность покупки в кредит на выгодных условиях;
- активное рекламирование жилой недвижимости, которое осуществляется с применением различных путей передачи данных. К примеру, широко практикуется обзвон потенциальных покупателей, для чего требуются речевые модули для call центра, позволяющие увеличить число продаж по телефону. Распространены также и интернет-методы рекламирования жилой недвижимости, а также традиционные СМИ - газеты, радио и телевидение;
- прочие методы стимулирования продаж, в частности акции и незначительные скидки, позволяющие получить доход быстрее, и использовать его для получения прибыли от инвестирования [3].

Вторым вариантом является уменьшение суммы затрат на возведение объектов. При этом важно помнить, что экономия в данном случае должна осуществляться не на материалах (использование некачественных, и тем более вредных материалов недопустимо), а на четкой регламентации поставок и следовании нормативам. К примеру, если использовать технику непрерывной работы, можно использовать инструментарий практически

непрерывно, позволяя одной бригаде осуществлять предварительные отделочные работы в то время, когда другая бригада только заканчивает строить очередной этаж.

Воспользуемся одним из предложенных методов – увеличение числа продаж за счет расширения ассортимента оказываемых услуг.

Начнем с того, что процесс строительства зданий состоит из трех основных этапов, каждый из которых в свою очередь включает подэтапы, характеризующиеся своими весьма специфическими особенностями. Их исполнение подразумевает использование специфического набора техники и оборудования, а также персонала со строго определенными знаниями, навыками и зачастую документально закрепленным допуском ко многим из перечисленных работ.

Характерной особенностью строительства является то, что большинство работ выполняется не отдельными рабочими, а группами – звеньями и бригадами. Возведение зданий и сооружений осуществляется в результате выполнения целого ряда сложных и трудоемких строительных процессов, требующих совместных усилий нескольких исполнителей. Поэтому в строительстве рабочие объединяются в звенья, из нескольких звеньев создаются производственные бригады – специализированные, комплексные [2].

Для решения выявленной проблемы ООО «Нефтегазстрой», видится целесообразным диверсифицировать деятельность организации: кроме исполнения заказов по строительству конкретных объектов развивать оказание услуг по исполнению отдельных строительных работ на объектах сторонних организаций силами незадействованного в определенные временные периоды персонала компании.

Для иллюстрации данного предложения, можно рассмотреть план его реализации на примере бригады сварщиков-монтажников.

Данная категория персонала практически не задействована во время реализации нулевого цикла строительства, и в этот период остро стоит вопрос об обеспечении бригады фронтом работ.

Бригада состоит из четырех человек: сварщик, монтажник и два помощника. Учитывая состав используемого инструмента и наличие хотя бы у одного из членов бригады (предполагается, что эти функции будет совмещать один из помощников сварщика или монтажника) водительского удостоверения на право вождения автомобиля, а также при оснащении бригады легковым автомобилем, образуется мобильное подразделение.

Определяя тарифы на оказание силами бригады услуг разумно ориентироваться на средние значения аналогичных расценок, существующих на рынке в настоящее время и принятые в организации единые нормы выработки на соответствующие работы (таблица 1).

Таблица 1. Прейскурант услуг по исполнению отдельных строительных работ на объектах сторонних организаций и нормы выработки бригады

Наименование работ	Стоимость, руб.	Сменная норма выработки на бригаду из 4 человек
Насосы и перекрытия, 1 м ²	300	5,2
Входные козырьки и навесы, 1 м ²	От 4500	3,7
Перила (балюстрады), 1 м/п	От 3000	5,4
Лестницы, 1 шт.	От 35000	0,5
Ограждения (заборы), 1 м ²	От 2000	7,9
Решетки, 1 м ²	От 2500	6,4
Металлоконструкции и изделия по чертежам (проекту) заказчика, 1 тонна	От 30000	0,5
Сварка труб, 1 стык	От 200	77,7
Сварка труб с операцией, 1 стык	От 350	46,4

Исходя из принятых в организации единых норм выработки на соответствующие работы (Таблица 1) и учитывая, что в соответствии с рабочим календарем в 2021 году 247 рабочих дней и, соответственно, среднемесячное количество рабочих дней составляет 20,6, рассчитаем плановую среднемесячную выручку строительно-монтажных работ на бригаду. Расчёт проведём на отдельном виде работ «Насосы и перекрытия»:

Плановая среднемесячная выручка = $20,6 \times ((0,3 \times 5,2) + (4,5 \times 3,7) + (3 \times 5) + (35 \times 0,5) + (0,2 \times 7,9) + (2,5 \times 6,4) + (0,2 \times 77,7) + (0,35 \times 46,4)) = 340$ тыс. рублей.

Так, исходя из приведенных расценок и существующих норм выработки на выполнение указанных в таблице работ среднемесячный объем выручки за услуги бригады составляет около 340 тыс. рублей.

Учитывая, что изначально доля заработной платы членам бригады в приведенных выше тарифах на оказание услуг составляла 45%, среднемесячная заработная плата одного члена бригады составит $\frac{340 \times 0,45}{4} = 38,25$ тыс. рублей.

Таким образом, доход ООО «Нефтегазстрой» составит $340 \times 0,55 = 187$ тыс. рублей в месяц, из которых:

$340 \times 0,45 \times 0,309 = 47,28$ тыс. руб. составят отчисления во внебюджетные фонды, а $340 \times 0,55 - 47,28 = 139,72$ тыс. руб. – прибыль организации.

Итак, в рамках данного мероприятия описана возможность оказания услуг силами четырех бригад. Предположив, что период вынужденного простоя и ограниченной занятости для каждой из них составляет 3 месяца в году, а среднемесячная прибыль организации составляет 139,72 тыс. руб. в месяц, можно утверждать, что прогноз дополнительной прибыли ООО «Нефтегазстрой» от оказания услуг на объектах сторонних организаций составит в сумме 1676,64 тыс. рублей.

Еще одним резервом роста прибыли ООО «Нефтегазстрой» является уменьшение суммы затрат. В таблице 2 представлены затраты на оказание строительных услуг ООО «Нефтегазстрой».

Таблица 2. Состав и структура затрат на оказание строительных услуг ООО «Нефтегазстрой» в 2021 году

Наименование показателя	Сумма, тыс.руб.	Удельный вес, %
Материальные затраты	11 585 799	99,48
Расходы на оплату труда	35 501	0,3
Отчисления на социальные нужды	10 682	0,09
Амортизация	2 113	0,02
Прочие затраты	12 398	0,11
Всего затрат	11 646 493	100

Согласно данным таблицы 1, наибольший удельный вес в структуре затрат занимают материальные затраты (99,48%). Снизить их можно за счет снижения приобретения более дешевых материалов, внедрения новых материалов и конструкций, сокращения затрат на хранение материалов на складах.

В настоящий момент ООО «Нефтегазстрой» осуществляет сотрудничество с ООО «ВЛК-СМ». Предварительный анализ конкурентов на рынке строительных материалов выявил более выгодное предложение заводом строительных материалов «ЕГОРЬЕВСКИЙ ГАЗОБЕТОН». Средняя на аналогичную продукцию меньше, чем у ООО «ВЛК-СМ» на 10%. Учитывая, что продукция аналогичная, качество строительно-монтажных работ ООО «Нефтегазстрой» не ухудшается.

Снижение себестоимости затрат на оказание строительных услуг как следствие оптимизации затрат на строительные материалы можно рассчитать по формуле:

$$C_c = U_{mp} \times \left(\frac{U_{m3}}{100} \times \frac{U_c}{100} \right)$$

где U_{mp} – удельный вес затрат на материальные ресурсы к затратам на производство, %;

U_{m3} – удельный вес затрат на стройматериалы к материальным затратам, %;

U_c – процент снижения цены стройматериалов, %.

Поскольку доля строительных материалов в структуре материальных затрат составляет 43%, расчёт годового экономического эффекта будет осуществляться по формуле:

$$C_c = 99,48 \times \left(\frac{43}{100} \times \frac{10}{100} \right) = 4,3\%$$

Таким образом, сокращение затрат на строительные материалы на 10%, приведет к снижению себестоимости затрат на 4,3%. Экономический эффект от снижения стоимости материалов составит:

$$\Xi = 11\,646\,493 \times 0,043 = 500\,799,2 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, с помощью предложенных мер можно добиться реального улучшения финансовых результатов деятельности организации.

Таблица 3. Прогноз роста чистой прибыли ООО «Нефтегазстрой» за счёт внедрения предложенных мероприятий

Наименование показателя	2021 г. (факт)	2022 г. (прогноз)	Отклонение, %
Выручка, тыс.руб. неплатеж	12 719 245	12 723 325	100,03
Себестоимость продаж, тыс.руб. отрезвлявшийся	11 646 493	11 145 693,8	95,7
Коммерческие расходы, тыс.руб. дортуар	-	-	-
Управленческие расходы, тыс.руб. гностицизм	58 693	58 693	100
Прибыль от продаж, тыс.руб.	1 014 039	1 577 631,2	155,58
Прибыль до налогообложения, тыс.руб.	731 549	1 295 141,2	117,04
Чистая прибыль, тыс. руб.	584 702	1 036 112,96	177,2

На основании расчётов в таблице 2, чистая прибыль ООО «Нефтегазстрой» после проведённых мероприятий увеличится на 77,2%. Согласно данным бухгалтерского отчёта, собственный капитал ООО «Нефтегазстрой» за 2018 год составляет 1 574 753 тыс. руб. С учётом изложенных мероприятий, показатель увеличится на 28,66% и на 2019 год составит в сумме 1 935 359 тыс. рублей:

$$СК = 1\,574\,753 \text{ тыс. руб.} + 451\,410,96 \text{ тыс. руб.} = 2\,026\,163,96 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, выявленные резервы роста прибыли также скажутся на укреплении финансового положения ООО «Нефтегазстрой».

Библиографический список

1. Алексеева М. А. Планирование деятельности фирмы: учеб. пособие / М. А. Алексеева – М.: Финансы и статистика, 2019. – 544с.
2. Гзоган С.А., Губанова Е.В. Оценка вероятности банкротства организации и возможные пути ее оздоровления. // В сборнике: Актуальные вопросы экономики и управления. - 2021. - С. 60-63.
3. Тагирова М.В. Тактический подход в оценке эффективности финансовой деятельности хозяйствующих субъектов/ М.В. Тагирова//Экономика и бизнес. – 2021. - № 1. – С. 17-20.
4. Губанова Е.В., Самошенкова К.А. Методы принятия финансовых решений: учебная программа. – М.: ОО «ТРП», 2021. – 25 с.

**СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
ФИНАНСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Красильникова Н.В. бакалавр 3-го курса

Научный руководитель: Губанова Е.В., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация. В статье исследуются современные проблемы управления финансами предприятия, включая основную характеристику управления финансами, элементов системы управления финансами, функции, задачи, принципы и факторы, влияющие на систему управления финансами предприятия.

Ключевые слова: управление финансами, система управления финансами предприятия, финансовый менеджмент, управляющая подсистема, управляемая подсистема, финансовые ресурсы.

**MODERN PROBLEMS OF THE ENTERPRISE FINANCIAL
MANAGEMENT SYSTEM**

Krasilnikova N.V. bachelor's degree of the 3rd year

Supervisor: E.V. Gubanova, Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. The article examines the modern problems of enterprise financial management, including the main characteristics of financial management, elements of the financial management system, functions, tasks, principles and factors influencing the financial management system of an enterprise.

Keywords: financial management, enterprise financial management system, financial management, control subsystem, controlled subsystem, financial resources.

В современной российской экономической литературе проблема корпоративного финансового управления может эволюционно рассматриваться в различных научных областях. Считается, что финансовый менеджмент возник как самостоятельная научная дисциплина в 1950-х и 1960-х годах.

Так, И. Я. Лукасевич дает определение, что «...финансовый менеджмент — это управление финансовыми ресурсами и финансовой деятельностью хозяйствующего субъекта, направленное на реализацию его стратегических и текущих целей» [3].

По В. В. Ковалеву «...финансовый менеджмент представляет собой систему действий по оптимизации финансовой модели фирмы или, в более узком смысле, его баланса (именно баланс позволяет четко выделить все объекты внимания финансового менеджера)» [1].

По мнению Е. В. Лисицыной «...финансовый менеджмент представляет собой систему управления денежными потоками на основе принципов и методов, направленных на максимально эффективное использование всех имеющихся ресурсов для достижения стратегических и тактических

целей функционирования компании на рынке, среди которых основными являются:

- увеличение рыночной стоимости акций компании (стоимости компании, стоимости бизнеса);
- достижение устойчивого положения на конкретном рынке или расширение рыночного сегмента;
- увеличение прибыли;
- избежание банкротства» [2].

Управление финансами — это организация теоретических знаний, принципов, моделей и методов, приемов и практических инструментов, используемых для формулирования и реализации управленческих решений, касающихся создания, распределения и использования финансовых ресурсов. С практической точки зрения, управление финансами — это система действий по оптимизации финансовой модели (бухгалтерского баланса) предприятия любого размера и сферы деятельности.

Как и все системы управления, управление финансами состоит из объектов и субъектов: управляемых подсистем и управляющих подсистем (рисунок 1).



Рисунок 1. Структура системы управления финансами предприятия

Субъекты управления в системах финансового управления в основном сосредоточены на организационных и финансовых инструментах, ин-

формационных системах и финансовом управлении. В связи с этим основным субъектом управления является, как правило, собственник бизнеса.

Организационная структура финансового управления компании может формироваться по-разному в зависимости от размера компании, формы собственности и особенностей ее деятельности. В небольшой организации все задачи по управлению финансами может выполнять главный бухгалтер или один из бухгалтеров и менеджеров. Крупные предприятия представлены распределением профессиональных услуг, которые работают непосредственно с бухгалтерским сектором.

Финансовые инструменты или методы и продукты являются основой знаний финансового управления.

Информационная база данных финансового управления содержит всю информацию финансового характера, которая может включать в себя информацию о финансовых отчетах компании, данные о ресурсах, обменные и валютные, и банковские данные.

Технические инструменты финансового управления — это современные инструменты обработки данных и коммуникационных технологий, которые позволяют оптимально оптимизировать этапы сбора, передачи и преобразования данных.

Объектами финансового управления являются финансовые отношения, возникающие не только между участниками хозяйственной деятельности, но и между различными составляющими, финансовыми средствами и ресурсами финансовой системы [6].

Чтобы система управления финансами компании работала эффективно, в ней должны использоваться современные методы управления финансами, основанные на определенных принципах, оказывающих справедливое влияние на систему управления.

Управление финансами, которое теперь является частью общего корпоративного управления, основано на принципах глобального управления, наиболее важными из которых являются:

1. Принцип экономической эффективности. В любом бизнесе система управления финансами содержит расходы (затраты), которые всегда должны покрываться за счет определенной суммы дохода (дохода от продаж) с минимальными усилиями.

2. Ориентация на стратегические цели развития. Например, если компания сосредоточена на развитии или диверсификации своего бизнеса, имеет смысл увеличить некоторые виды кредитов, предоставляемых источником инвестиций. Стратегия роста или консолидации требует снижения рисков, поэтому нужно сосредоточиться и уменьшить фиксированные затраты.

3. Высокий динамизм управления (гибкость). От всех финансовых директоров ожидается очень быстрое реагирование на изменения внешней

среды (политические, экономические, рыночные условия) и использование соответствующих методов и структур финансового управления.

4. Альтернативность. Это связано с тем, что финансовые решения часто принимаются в условиях риска и неопределенности. Поэтому очень важно использовать многомерный подход к оценке ситуации (при составлении бизнес-планов и управлении операционными финансами).

5. Оптимизация основных финансовых показателей. Принятие определенных бизнес-решений в области корпоративного финансового управления может оказать негативное влияние на различные виды деятельности. Поэтому осуществление высокодоходных финансовых вложений может привести к дефициту финансово-производственной деятельности, а резкое увеличение рентабельности может привести к снижению показателей ликвидности.

Ключевые принципы управления финансами подчеркиваются основными задачами. К ним относят:

- формирование достаточных финансовых ресурсов;
- обеспечение наилучшего использования источников финансирования;
- оптимизацию денежных потоков;
- увеличение прибыли при приемлемом уровне финансового риска;
- обеспечение непрерывности финансового баланса компании;
- стабильность темпов роста финансовых возможностей компании;
- минимизацию затрат и др.

Постановка задач зависит от технологии, размера предприятия, конъюнктуры рынка, экономических и политических факторов и т.д. Когда дело доходит до управления финансами предприятия, выделяют следующие функции:

1. Планирование — долгосрочное и текущее финансовое планирование, подготовка бизнес-планов, смет и бюджетов, прогноз продаж и т.д.

2. Организация — создание систем управления финансами, личных служб и отделов, распределение полномочий между работниками финансовых служб, легализация работы.

3. Учет, контроль и анализ — выбор учетной политики, составление финансовой отчетности, финансовый анализ, внутренняя проверка сравнения фактических и плановых данных.

4. Мотивация — элементы контрактов, системы оплаты и премирования сотрудников, а также политика дивидендов работодателя, которые мотивируют сотрудников на работу, эффективно побуждают работодателей сохранять лояльность к компании.

На работу системы управления финансами компании влияет ряд факторов, которые можно разделить на три основные группы:

- внутренние факторы;
- внешние факторы прямого влияния;
- внешние факторы опосредованного (непрямого) влияния.

Под внутренними факторами понимают факторы, определяющие деятельность компании. Внутренние факторы – это совокупность условий, определяющих, как ведется финансово-хозяйственная деятельность компании для достижения максимальных результатов. Внутренние факторы делятся на первичные и вторичные факторы. Ключевые факторы напрямую влияют на результаты компании. Второстепенные факторы напрямую связаны не с деятельностью компании, а с работой сотрудников. Структурные изменения в составе продукции, нарушения хозяйственной и технологической дисциплины.

Под внешними факторами понимают независящие от деловой активности факторы. Однако эти факторы определяют долю производства компании и размер ее финансовых ресурсов. К таким факторам относятся социальные факторы, природные и внешнеэкономические условия. Прямые внешние факторы являются в основном экономическими факторами и определяются характером взаимоотношений организации со сторонами (поставщиками сырья, полуфабрикатов и готовой продукции, покупателями готовой продукции, кредиторами, инвесторами).

Внешние факторы опосредованного (непрямого) влияния представляют собой совокупность факторов макровоздействия, влияющих на систему финансовых потоков и непосредственно контролирующих финансово-экономические показатели деятельности компании в долгосрочной перспективе. Это включает фискальную политику, установленную правительством [4].

К настоящему времени выявлено множество проблем в системах управления финансами, которые сдерживают развитие этого сектора на современных предприятиях:

1. Совет директоров компании не ставит конкретных целей и задач для ее достижения. Поскольку цель не конкретна и не ясна, поведение распространяется с непредвиденными последствиями.

2. Неверная оценка текущей стоимости бизнеса. Когда что-то идет не так, менеджеры часто упускают этот момент. В результате общая коммерческая стоимость увеличивается, а структура цен меняется в зависимости от себестоимости продукции.

3. Компании не хватает определенных функций и возможностей. Это может привести к огромным убыткам для компании, так как цели и задачи проекта не были определены изначально.

4. Отсутствие развитых методов коммуникации может привести к потере данных, неверным управленческим решениям и недобросовестности данных.

5. Фиксированная денежная политика компании. Компании часто сталкиваются с внешними и внутренними факторами, а качественная корректировка невозможна, что сильно мешает эффективным результатам деятельности компании.

6. Нехватка персонала, ответственного за принятие управленческих решений. Предприятия должны принимать бизнес-решения быстро и прозрачно, поэтому тем, кто отвечает за бизнес-решения, нужен кто-то, кто может со временем решать финансовые вопросы.

7. Отсутствует система оценки рисков компании. Компания должна иметь политику оценки рисков. В противном случае могут возникнуть серьезные проблемы в финансовой системе.

8. В компании отсутствует надлежащее управление финансами. Руководство должно определить, кто отвечает за финансовый поток организации, исходя из того, можно ли эффективно и результативно управлять этим лицом [6].

Таким образом, в системе управления финансами компании есть проблемы, которые руководству необходимо решить на раннем этапе, и политические решения должны быть приняты заранее

Так, подводя итоги, можно сказать, что сложными задачами для руководства российских компаний в освоении бюджетной методологии являются обеспечение эффективного развития организации, управление финансами при нестабильных условиях развития как внешней, так и внутренней среды предприятия и производство конкурентной продукции.

Библиографический список

1. Ковалев, В. В. Финансовый менеджмент. Теория и практика: учебное пособие / В. В. Ковалев. — 3-е изд. — М.: Проспект, 2019. — 1805 с.
2. Лисицына, Е. В. Финансовый менеджмент: учебник / Е.В. Лисицына, Т.В. Ващенко, М.В. Забродина; под ред. К.В. Екимовой. — М.: ИНФРА-М, 2021. — 184 с.
3. Лукасевич, И. Я. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 1. Основные понятия, методы и концепции: учебник и практикум для вузов / И. Я. Лукасевич. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2022. — 377 с.
4. Рогова, Е. М. Финансовый менеджмент: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. М. Рогова, Е. А. Ткаченко. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 540 с.
5. Савченко, Н. Л. Управление финансовыми ресурсами предприятия: учеб. Пособие. М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. — 164 с.
6. Современные проблемы финансового менеджмента на предприятиях в России / К. Д. Ибрагимов, Л. Г. Хуснутдинова // Академическая публицистика. — 2021. — № 12 (2). — С. 141-146.
7. Жахов, Н. В. Системное управление организацией / Н.В. Жахов, О.Н. Пронская, В.С. Кривошлыков. - Курск: Изд-во «ТОП+», 2021 - 266 с.
8. Губанова, Е.В., Полищук, А.П. Оценка процесса принятия управленческих решений в деятельности коммерческой организации / Е.В. Губанова, А.П. Полищук // Глобальные и региональные вызовы современной экономики. - Пенза, 2020. С. 203-212.
9. Губанова, Е. В. Карта стратегических целей как инструмент повышения эффективности управления организацией / Е. В. Губанова, М. А. Демичева // Калужский экономический вестник. - 2020. - № 1. - С. 62-65.

БИЗНЕС И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

Пахоменкова А.Ю. бакалавр 2-го курса

Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. Данная работа посвящена проблеме, связанной с современным состоянием экономики России в связи с введенными антироссийскими санкциями и путем развития бизнеса в постоянно меняющихся условиях. Введенные против России санкции привели к сложным условиям существования, как граждан Российской Федерации, так и бизнес. Выявлено, что сложившаяся ситуация заставляет бизнес адаптироваться в непростых условиях на основе анализа, синтеза и сравнения. Делается вывод о том, что сложившаяся обстановка создает хорошую возможность для создания и развития российского бизнеса.

Ключевые слова: санкции, бизнес, государственная поддержка бизнеса, риски.

BUSINESS AND PROSPECTS FOR ITS DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF SANCTIONS

Pakhomenkova A. Y. bachelor's degree of the 2st year

Supervisor: Kostina O. I., Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. This paper is devoted to the problem associated with the current state of the Russian economy in connection with the imposed anti-Russian sanctions and the way of business development in ever-changing conditions. The sanctions imposed against Russia have led to difficult conditions of existence, both citizens of the Russian Federation and business. It is revealed that the current situation forces business to adapt in difficult conditions on the basis of analysis, synthesis and comparison. The conclusion is made that the current situation creates a good opportunity for the creation and development of Russian business.

Keywords: sanctions, business, government support for business, risks.

В 2022 году некоторые государства и международные организации ввели против России и ряда российских лиц и организаций, причастные к признанию независимости ДНР и ЛНР, а также к вторжению российских войск на Украину в рамках российско-украинской войны, санкции — ограничительные политические и экономические меры. Введённые санкции включают в себя масштабные ограничения финансовой системы России (включая Центробанк и крупнейшие банки), деятельности ряда российских компаний и отдельных отраслей экономики, а также закрытие воздушного пространства и морских портов, персональные санкции против руководства России, крупнейших предпринимателей, и, в некоторых случаях членов их семей.

Под давлением санкций экономика РФ претерпевает большие изменения. По данным проводимого исследования аппаратом Уполномоченно-

го при Президенте РФ по защите прав предпринимателей, в 2022 году, введенные антироссийские санкции могут повлиять на 84,1% компаний. В этом исследовании приняли участие руководители и владельцы 5995 компаний из 85 регионов. Можно выделить главные проблемы, затрагивающие российский бизнес. К ним относятся: прогрессирующий рост закупочных цен, снижение выручки и спроса, падение курса рубля, разрыв цепочек поставок. Воздействие санкций усиливается из-за высокой зависимости российского бизнеса от импортных закупок. По данным исследования, проведенного в два этапа с 14 по 18 февраля и с 3 по 7 марта, импортную составляющую до 10% имеют 26,8% компаний, от 10 до 50% – 36,9%, более 50% – 26,4%. О полной зависимости от импорта сообщили 9,9% компаний. В связи с этим, далеко не каждый бизнес способен выжить и сохранить свою прибыль. У большого количества ИП, малых и средних предприятий заграничные поставки. Из-за чего некоторые просто не могут продолжать свою прежнюю деятельность, но в то же время и создаются новые возможности для ведения бизнеса. С предпринимательским мышлением можно найти выход там, где другие не видят его вовсе [2].

В условиях санкций у большинства населения снизятся доходы, в основном из-за инфляции. В соответствии с этим, ожидается падение спроса во многих нишах, а именно в отношении премиум и среднего ценового сегмента. Исключением является жизненно необходимая продукция, такая как лекарства, продукты питания и т.п. А в тех случаях, где спрос останется неизменным, покупатели начнут экономить на качестве. Но бизнес, который сможет подстроиться под новые условия, удержится на плаву. Прежде всего это касается малых и средних предприятий, которые более гибкие и легко могут найти новых поставщиков, перейти на более дешевую продукцию или вообще изменить свою деятельность.

Выбирая, каким бизнесом заняться, важно ориентироваться на материальное положение потребителей. Так, например, деятельность в России приостановило множество компаний: H&M, Mango, Bershka, Zara, Pull&Bear, Adidas, Nike, Puma, Vans и другие (рис.1) [3].

Таким образом, большая часть рынка одежды и обуви освободилась для отечественных производителей. Можно открыть свой бизнес в этой отрасли, так как спрос в такой продукции не снизился. Вот уже в апреле 2022 года по данным специалистов Мегафона, которые провели анализ данных, было выявлено, что среднесуточный трафик в онлайн-магазинах российских брендов вырос на 55%. Это означает, что пользователи стали активнее интересоваться отечественными брендами одежды.

Аналогичная ситуация складывается в парфюмерной и косметической отрасли, которую покинули L'Oréal, Estee Lauder, Sephora и другие известные бренды.

1	Mango;	13	Inditex (Zara, Zara Home, Massimo Dutti, Bershka, Oysho, Pull & Bear, Stradivarius, PVH Corp. (бренды Tommy Hilfiger и Calvin Klein));
2	H&M;	14	
3	Asos;	15	Puma;
4	Nike;	16	Levi Strauss&Co;
5	Hermes;	17	Adidas;
6	Группа компаний Kering (Gucci, Balenciaga и Yves Saint Lauren);	18	Rolex;
7	Louis Vuitton	19	Victoria's Secret;
8	Cartier;	20	Nike;
9	Prada;	21	Crocs;
10	Swarovski;	22	Hugo Boss;
11	Chanel;	23	Uniqlo
12	Marks & Spencer;		

Рисунок 1. Бренды одежды и аксессуаров, приостановившие деятельность в России, март 2022

Чтобы грамотно определить потребительское поведение в той или иной отрасли, можно воспользоваться аналитикой.

Важно также упомянуть о возможных *рисках* создания бизнеса в 2022 году. Безусловно, нынешняя ситуация дает большие возможности для открытия собственного дела, но при этом необходимо четко осознавать возможные последствия и иметь на случай каких-то сбоев план Б.

Итак, к одному из рисков относится неверный выбор ниши. Данный риск возникает из-за мысли действовать, как большинство. Но гораздо менее рискованней и правильной будет анализировать рынок спроса и четко оценивать свои возможности для работы в той или иной отрасли. Пример такого риска можно привести, исходя из ситуации с началом пандемии. В тот момент, как мы помним, был дефицит медицинских масок. Соответственно, спрос на эти товары резко увеличился. Поэтому, многие предприниматели заказали оборудование из Китая для производства этих масок. Но к тому времени, как оборудование пришло, спрос на маски уже упал. Причем такое оборудование на момент, когда его заказывали, стоило в 2-3 раза дороже, чем до этого. В настоящее время ситуация, конечно, иная, но суть остается такая же. Компании, предприниматели начинают думать и действовать примерно одинаково.

Еще один вполне очевидный риск – это проблемы с выбором поставщика. Как правило, с такой проблемой сталкиваются на начальной стадии создания своего бизнеса. Но нынешняя ситуация увеличивает риск встретить недобросовестных поставщиков. Чтобы избежать ситуации, когда вам не поставили товар, необходимо внимательно изучить документы и историю компании, деятельность поставщика. Можно договориться с поставщиком о предоставлении гарантии. В настоящей ситуации стоит помнить о

возможных валютных рисках. Исходя из того, что курс рубля упал, а доллара вырос, многие поставщики изменили свою бизнес-стратегию или увеличили цены.

В такой непростой ситуации для бизнеса как никогда важна поддержка государства. Чтобы укрепить экономику страны, вывести производство на более высокий уровень, Правительство РФ разработало ряд мероприятий по поддержке бизнеса в условиях санкций. Эти меры должны охватывать намного больше предпринимателей, чем принятые государством меры в 2020 и 2021 годах. Такой поддержкой должно быть охвачено примерно 90% бизнеса.

В качестве *мероприятий по финансовой поддержке бизнеса* можно отнестись программы:

1. Инвестиционная программа. Реализацией этой программы заняты Банк России и Корпорация МСП. Её суть заключается в том, что она позволит получать инвестиционные кредиты среднему бизнесу по ставке до 13,5%, а малому микробизнесу – до 15%. Хотя эти ставки не совсем привлекательные, но все равно значительно ниже ключевой ставки, которая сейчас составляет 20%.

2. Программа оборотного кредитования. Она реализуется Банком России. Программа будет действовать до 30 декабря 2022 года, общий объем кредитования – 340 млрд.руб. В ходе этой программы, предприятия смогут получать оборотные кредиты: средние предприятия – до 13,5% годовых, малые – до 15%.

3. Антикризисная программа. Она начала реализовываться для предпринимателей ещё в период пандемии, связанной с COVID-19. Эта программа в настоящее время уже завершилась, она была в процессе до 31 марта 2022 года включительно. Эта программа позволила предпринимателям брать кредиты на любые цели по ставке до 8,5 % годовых, а при условии получения гарантии Корпорации МСП – до 8%. Обязательным условием участия в программе является включение ИП и предприятий в Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [4].

По словам Марии Поляковой, (начальник отдела методологии финансовой доступности Службы по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг Банка России) в условиях антироссийских санкций, оборотные кредиты будут предоставляться на срок до 1 года, инвестиционные – до 3 лет. На получение кредитов могут рассчитывать субъекты МСП, которые работают во всех отраслях, за исключением многоквартирного жилищного строительства, реализацией подакцизных товаров и полезных ископаемых, кроме общераспространенных.

Также, субъекты МСП могут пользоваться кредитными каникулами (отсрочкой или уменьшением платежей) сроком до 6 месяцев по кредитным договорам.

Ещё одной программой финансовой поддержки бизнеса является программа компенсации затрат субъектов МСП на оплату банковских комиссий при использовании системы быстрых платежей (СБП). Она действует до 1 июля 2022 года. Данная программа позволяет бизнесу, который использует СБП, сэкономить на безналичных платежах, а других предпринимателей, которые ещё не подключены к системе, простимулирует начать с ней работать [5].

Предпринятые меры поддержки бизнеса безусловно важны, но они не решают некоторых проблем, которые усугубятся во время длительных санкций. Так, можно предложить следующие меры:

1. Снизить страховые взносы для малых и средних предприятий с 15 до 13 %. Или же ставка, которая сегодня существует для малого и среднего бизнеса, – 15% должна быть распространена на весь российский бизнес. Это позволит уменьшить налоговую нагрузку на предпринимателей. Все больше работодателей будут выдавать белую зарплату, в результате чего налогооблагаемая база вырастет. Все это компенсирует снижение ставки [1].

2. Предоставить бизнесу льготные кредиты, позволяющие предпринимателям не платить его при условии, что вся численность работников предприятия не сократится. Это поможет с предотвращением возможной безработицы. Подобная программа уже существовала в связи с началом пандемии, которая позволяла предпринимателям получать кредит со ставкой 2% на выплату заработной платы или погашение ранее полученных кредитов с возможностью полного списания задолженности по нему при условии сохранения на определенную дату установленной численности работников.

3. Провести реструктуризацию банков. То есть банкам нужно будет, не теряя свою прибыль в виде процентов, продлить сроки действия кредитных договоров

Таким образом, сложившаяся ситуация оказывает на российский бизнес как негативное, так и позитивное влияние. Так, создаются приятные условия для создания бизнеса, так как многие иностранные компании покинули российский рынок. Соответственно, конкуренция уменьшается, а спрос на определенные товары не падает. Кроме того, государство старается поддержать всеми возможными способами отечественный бизнес, дает предпринимателям уникальные льготы. Но при этом, существуют проблемы с заграничными поставками, выбором надежного поставщика, снижением выручки и спроса на многие товары, выбором правильной ниши для своего бизнеса и другие. И все же, антироссийские санкции дали хорошую возможность продвинуться отечественному бизнесу и выйти на новый уровень. Уже сейчас замечаются положительные изменения в спросе на различные товары и услуги российского бизнеса.

Библиографический список

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 29.09.2019, с изм. от 31.10.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 29.10.2019) // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офф. сайт]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 22.04.2022).
2. Результаты опроса «Оценка бизнесом текущего положения компаний и влияния санкций» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ombudsmanbiz22.ru/news/1312> (дата обращения: 22.04.2022).
3. Оценка ситуации и рекомендации к действиям для рынка fashion-ритейла в кризис 2022 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vc.ru/u/748730-eva-taran/378046-kod-krasnyy-ocenka-situacii-i-rekomendacii-k-deystviyam-dlya-rynka-fashion-riteyla-v-krizis-2022> (дата обращения: 28.04.2022).
4. Программы льготного кредитования малого и среднего бизнеса, стимулирование кредитования субъектов МСП [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://corpmsp.ru/bankam/programma_stimulir/ (дата обращения: 23.04.2022).
5. Министерство экономического развития Российской Федерации/Правительство выделяет 500 млн рублей на продление программы компенсации расходов бизнеса по использованию СБП [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/news/pravitelstvo_vydelyaet_500_mln_rublej_na_prodlenie_programmy_kompensacii_rashodov_biznesa_po_ispolzovaniyu_sbp.htm (дата обращения: 23.04.2022).
6. АНТИКРИЗИСНЫЕ МЕРЫ – 2022/КонсультантПлюс [Офф. сайт]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11916/f98e380554382cf99d3a66afb179d9bcd7bac6fa/ (дата обращения: 02.05.2022).
7. Меры поддержки - 2022 |ФНС России | [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.nalog.gov.ru/rn40/anticrisis2022/> (дата обращения: 02.05.2022)

УДК 336.33.06

РОЛЬ ФЕДЕРАЛЬНОГО КАЗНАЧЕЙСТВА И ЕГО ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ОРГАНОВ В УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСАМИ ОРГАНИЗАЦИЙ

Сиденко М.С. бакалавр 2-го курса

Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В работе рассматриваются основные задачи и направления деятельности Федерального казначейства как исполнительного органа власти, а также представлены основные аспекты деятельности территориальных органов Федерального казначейства на примере Калужской области и их влияние на финансовую деятельность организаций.

Ключевые слова: финансы, государственные и муниципальные финансы, федеральный бюджет, региональный бюджет, местный бюджет, предпринимательство, трансферты, целевое финансирование, налоги, государственная программа, национальный проект.

THE ROLE OF THE FEDERAL TREASURY AND ITS TERRITORIAL BODIES IN THE FINANCIAL MANAGEMENT OF ORGANIZATIONS

Sidenko M. S. bachelor's degree the 2nd year

Abstract. The paper considers the main tasks and activities of the Federal Treasury as an executive authority, and also presents the main aspects of the activities of the territorial bodies of the Federal Treasury on the example of the Kaluga region and their impact on the financial activities of organizations.

Keywords: finance, state and municipal finance, federal budget, regional budget, local budget, entrepreneurship, transfers, targeted financing, taxes, state program, national project.

Финансовый контроль является неотъемлемой частью деятельности органов управления финансами. Невозможно представить развитие экономики и совершенствование финансовых процессов без надзора за доходами и расходами на различных уровнях управления финансами. Экономическая деятельность предприятия, согласно законодательству, подотчетна специальным федеральным службам и органам. Одним из таких органов является Федеральное Казначейство.

Федеральное казначейство является одним из органов исполнительной власти РФ. Главной задачей Федерального казначейства является обеспечение исполнения федерального бюджета, бюджетов субъектов бюджетной системы РФ [1]. Как связано Федеральное казначейство с деятельностью предприятий и управлением финансами в организации? В первую очередь оно уполномочено отслеживать расходование бюджетных средств, перечисленных каким-либо хозяйствующим субъектам. Субъект предпринимательства может стать получателем субвенции, дотации из средств федерального бюджета – то, насколько правомерно в рамках финансового законодательства он осуществляет траты данных финансов, устанавливает казначейство.

Осуществить данную процедуру Федеральное казначейство может, используя (в числе прочих источников) информацию, полученную с лицевого счета, который открывается данным органом не только на получателей средств, но и распорядителей. Налоги и сборы, уплачиваемые предприятиями, представляют для государства доход, который казначейство в дальнейшем распределяет по субъектам нашей страны. В результате процесса перераспределения вполне вероятно, что субъекты предпринимательства, нуждающиеся в дополнительных средствах, получают их – и не обязательно через целевое финансирование.

Федеральное казначейство принимает участие в ряде государственных программ, активно реализующихся в последние годы на территории всей нашей страны и субъектов РФ. Так, Федеральное казначейство носит статус соисполнителя по государственной программе «Управление государственными финансами и регулирование финансовых рынков», которая была утверждена в 2014 году [2]. Одной из задач данной программы явля-

ется повышение доверия к финансовому сектору и защита прав потребителей финансовых услуг – одними из таких потребителей и являются субъекты предпринимательства. Ведь в своей практике организациям, в особенности – организациям, относящихся к субъектам малого и среднего предпринимательства, которым крайне затруднительно выйти на рынок и сохранять на нем свои позиции в течение продолжительного времени, приходится прибегать к налоговому и другим видам консультирования, осуществлению заказов у аудиторских контор и многое другое.

Конечно же, Федеральное казначейство не может успешно функционировать и в должной мере выполнять весь объем имеющихся у нее обязанностей, установленных законодательством, не имея структурных подразделений. Поэтому существует система территориальных органов Федерального казначейства, которые создаются в границах того или иного субъекта и непосредственно подчинены Центральному казначейству. В нашем регионе таким территориальным органом является Управление Федерального казначейства по Калужской области.

Все структурные подразделения в лице региональных Управлений взаимодействуют между собой – и территориальный орган Калужской области не является исключением. Также УФК взаимодействует с органами местного самоуправления и внебюджетными фондами, иными организациями, деятельность которой оно в той или иной мере отслеживает. В чем можно увидеть плюс такого взаимодействия предприятия? Это возможность не попасть в число возникающих судебных инцидентов по поводу налоговых выплат и нецелевому использованию трансфертных средств. Когда финансовая деятельность организации находится под должным постоянным контролем, снижается вероятность хищения средств с лицевых счетов получателей федеральных средств на личные лицевые счета сотрудников, непосредственно задействованных в финансовой управленческой деятельности на предприятии.

УФК по Калужской области имеет в своей структуре несколько отделов: юридический отдел, отдел государственной гражданской службы и кадров, отдел внутреннего контроля и аудита, отдел мобилизационной подготовки и гражданской обороны и отдел режима секретности и безопасности информации [5]. За каждым из данных отделов закреплен свой ряд специфических функций, которые обеспечивают непрерывную и эффективную работу УФК в целом.

За 2021 год УФК по Калужской области благодаря успешной организованной работе с казначейским счетом, открытым с целью контроля за операциями по учету и распределению поступлений, смогло обеспечить прирост средств по сравнению с предыдущим отчетным годом на 10% (рис.1) [4]. Случаи нарушения организациями управления финансами – в особенности средствами из федерального бюджета – были выявлены и оценены в денежных единицах. Организации также сталкивались с ситуа-

цией ошибочно переведенных на их счета излишних сумм средств из бюджетов – решение данной проблемы также ложилось на Управление Федерального казначейства. Данные нарушения могли быть обнаружены гораздо позже, если бы сами субъекты предпринимательства не оформляли официальные обращения в местный территориальный орган казначейства. Этот факт демонстрирует сформировавшийся и успешно работающий механизм коммуникации между УФК как региональным органом управления и контроля финансов (в том числе организаций) и самими организациями.

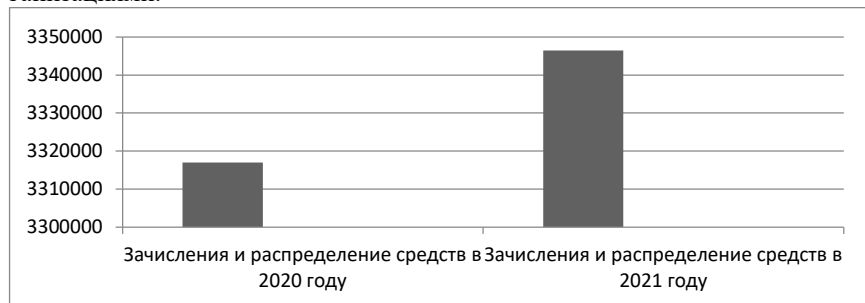


Рисунок 1. Зачисление и распределение средств на казначейский счет Управления Федерального казначейства за 2020 и 2021 гг.

Мы упоминали выше об участии Федерального казначейства в реализации государственных программ. УФК нашей области принимало участие в надзоре за операциями, связанными с финансированием национальных проектов, реализующихся в Калуге и Калужской области – в частности, такие национальные проекты, как «Безопасные и качественные автомобильные дороги», «Демография» и «Образование» [4]. Финансовый контроль по данным направлениям способен координировать деятельность предприятий по составлению финансовых планов на следующие периоды по наиболее эффективному использованию полученного финансирования в рамках национального проекта, обеспечить своевременное поступление данных финансовой отчетности в структурные подразделения предприятий, налоговые органы.

Немаловажным направлением деятельности УФК по Калужской области является участие в межрегиональных съездах, форумах (о поддержке коммуникации и постоянно связи с другими территориальными органами казначейства мы говорили выше)[3]. Это также находит свое отражение в мерах контроля над финансовой деятельностью организации. Перенимая опыт других регионов, как объект контроля (организации), так и субъект контроля (орган казначейства) способны улучшить свою работу и достичь новых высоких показателей.

Таким образом, Федеральное казначейство и его территориальные органы способны существенным образом менять управленческую деятельность предприятий в сфере финансов. Координируя и направляя их, они предупреждают риск нецелевого использования бюджетных средств, исключают появление судебных тяжб, способствуют перераспределению финансовых ресурсов, соблюдение бюджетного и налогового законодательства РФ.

Библиографический список

1. Постановление Правительства РФ от 01.12.2004 N 703 (ред. от 17.12.2021) "О Федеральном казначействе" – СПС «Консультант.Плюс» – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_50565/db291c5e47ac2c8c220c6f7b0707974f32dcb201/ (дата обращения: 05.05.2022)
2. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 N 320 (ред. от 25.09.2021) "Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Управление государственными финансами и регулирование финансовых рынков" – СПС «Консультант.Плюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162186/effb3f7b153471ee2e74453693f980f767916946/ (дата обращения: 05.05.2022)
3. Отчет о результатах деятельности управления центрального аппарата Федерального казначейства, территориального органа Федерального казначейства, казенного учреждения (отчет Управления Федерального казначейства по Калужской области о результатах деятельности за I квартал 2022 года) / официальный сайт Федерального казначейства РФ – URL: https://kaluga.roskazna.gov.ru/upload/iblock/823/Otchet_1_2022_147_07_04_2022_ver1_.pdf (дата обращения: 05.05.2022)
4. Итоговый отчет о результатах деятельности Управления Федерального казначейства по Калужской области / официальный сайт Федерального казначейства РФ – URL: https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fkaluga.roskazna.gov.ru%2Fupload%2Fiblock%2Ff8b%2FItogi_2021_123_24_03_2022_ver1_.DOCX&wdOrigin=BROWSELINK (дата обращения: 05.05.2022)
5. Структура Управления Федерального казначейства по Калужской области / официальный сайт Федерального казначейства РФ – URL: <https://kaluga.roskazna.gov.ru/o-kaznachejstve/struktura/> (дата обращения: 05.05.2022)

УДК 658.5.011

ИННОВАЦИИ КАК КЛЮЧЕВОЙ ЭЛЕМЕНТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Юсупова И.И. магистрант 2-го курса

*Научный руководитель: Ибрагимова З.Ф., к.э.н., доцент
Башкирский государственный университет, Уфа*

Аннотация. В работе представлены определение понятий «предпринимательство», «инновация» и рассмотрена их взаимосвязь. Также изучены преимущества и недостатки внедрения инноваций в деятельность предприятий.

Ключевые слова: предпринимательство, глобализация, инновация, конкурентное преимущество.

INNOVATION AS A KEY ELEMENT OF ENTREPRENEURSHIP

Yusupova I.I. master student of the 2nd year

*Supervisor: Z.F. Ibragimova, Candidate of Economics, Associate Professor
Bashkir State University, Ufa*

Abstract. The paper presents the definition of the concepts of «entrepreneurship», «innovation» and considers their relationship. The advantages and disadvantages of introducing innovations into the activities of enterprises are also studied.

Key words: entrepreneurship, globalization, innovation, competitive advantage.

На сегодняшний день предпринимательство является важным компонентом экономической модели каждой страны. Концепция предпринимательства существует уже довольно долгое время и играет важную роль в развитии современной экономической и социальной жизни. Однако изучение понятия «предпринимательство» затруднено, поскольку этот термин имеет различные формы. С экономической точки зрения «предпринимательство» обычно понимается как создание нового бизнеса и принятие на себя риска, связанного с этой деятельностью, в обмен на получаемую прибыль[2]. Значительную роль в развитии предпринимательства сыграли взгляды Й. Шумпетера, который считал предпринимательство не просто основанием какого-либо производства, а революционным изменением в бизнес-методах и практиках, включая запуск новых производственных технологий и организационных подходов [1].

Согласно Й. Шумпетеру, предпринимателем движут инновации, которые могут принимать форму совершенно нового продукта, процесса или инновационных изменений в уже существующих продуктах (процессах). Инновация – это постоянная разрушительная сила, необходимая для экономического прогресса. Экономика опирается на регулярное совершенствование и жесткую конкуренцию, она не продержится без инноваций, особенно преобразующих или подрывных инноваций [1].

В условиях глобализации и быстро меняющегося рынка конкурентоспособных предприятий стало больше, и появилась потребность в новых идеях и разработках. Инновации являются неотъемлемой частью развития конкретной компании или организации. Они лежат в основе предпринимательства. Те, кто планирует начать собственное дело, должны понимать, что представляют собой инновации, почему они необходимы, и как применять их в своем производстве.

Для того чтобы компания могла совершенствовать собственные процессы, выводить на рынок новые и улучшенные продукты и услуги, повышать свою эффективность и прибыльность, крайне важно использовать инновации. Инновации в современном бизнесе связаны с созданием новых идей, продуктов и методов. «Инновация – это коммерческое применение и успешное использование идеи» [5, с.85]. Тем не менее, это не единственное определение инноваций. Кроме того, инновации влекут за собой преоб-

разование существующих процессов для удовлетворения потребностей конечных пользователей.

Чтобы хорошо разобраться в понятии инноваций, необходимо изучить их виды, которых достаточно много.

1. Открытые инновации – это инновации, которые находятся в доступе для покупки какими-либо организациями или предприятиями. Концепция состоит в том, что в мире массового распространения знаний, фирмы могут или даже должны сотрудничать с другими для достижения своих целей, либо разделять риски и выгоды от новых исследований. Эти инновации помогают в достижении целей тех компаний, которые не могут абсолютно положиться на собственные внутренние методы. Им дается возможность лицензировать или использовать совместные предприятия, чтобы делиться своими недостаточно используемыми технологиями или процессами [3, с. 29].

2. Закрытые инновации. До статуса «открытости» инноваций, исследования проводятся внутри компании, чтобы в частном порядке создавать и управлять изобретениями и новыми достижениями, прежде чем делиться ими с миром. Успешные закрытые инновации требуют защиты, контроля и владения интеллектуальной собственностью, находящейся в стадии разработки, с помощью специальных групп по разработке продуктов внутри организации.

3. Социальные инновации – это новые стратегии, концепции и идеи, созданные для удовлетворения социальных потребностей общества (включая, условия труда, образование, здравоохранение и развитие сообщества).

4. Технологические инновации – это создание и использование новых или существенно улучшенных технологий и приемов в производстве. Туда можно отнести изменения в технике, оборудовании либо в программном обеспечении, которые помогают организации оставаться конкурентоспособной на рынке [4, с. 18].

5. Под инновационной продукцией понимается создание абсолютно нового либо основательно улучшенного продукта или услуги. Под улучшениями понимается изменение дизайна, также использование новых материалов или компонентов при производстве текущих продуктов [4, с. 17].

6. Радикальные инновации относятся к исследованиям и разработкам, которые направлены на создание новых продуктов, технологий или методов, полностью меняющих рынок. Цель состоит в том, чтобы абсолютно перестроить отрасль или рынок, поставив новатора в центр внимания.

7. Инкрементальные инновации – это серии небольших изменений в производстве с течением времени, которые происходят за счет повышения производительности, модернизации материалов или снижения производственных затрат, что помогает компании оставаться конкурентоспособной или укреплять свои позиции на рынке.

8. Корпоративные инновации, иногда называемые организационными инновациями, относятся к тому, как сотрудники компании, общественности

или другой определенной группы совместно организуют исследования и разработки. Чаще всего инновации возникают в результате сотрудничества и совместных усилий группы, а не индивидуума, работающего в одиночку.

9. Маркетинговые инновации относятся к исследованиям, разработке и внедрению новых практик и технологий, которые повышают эффективность и результативность маркетинговой стратегии компании. Этот тип инноваций может обеспечить конкурентное преимущество на рынке за счет повышения узнаваемости бренда и доли рынка [4, с. 20]. Отличительной особенностью маркетинговой инновации по сравнению с другими изменениями в маркетинговых инструментах фирмы является реализация ранее не применявшегося фирмой маркетингового метода. Это должно быть частью новой маркетинговой концепции или стратегии, которая представляет собой значительный отход от существующих маркетинговых методов фирмы.

Цель инноваций в предпринимательской деятельности состоит в том, чтобы создать ценность для организации. Эта ценность может быть получена за счет создания новых возможностей для получения дохода или увеличения дохода по существующим каналам; от создания эффективности, которая экономит время, деньги или и то, и другое; или от улучшения производительности. Инновации должны приводить к более высокой прибыли. Кроме того, результаты инновационного процесса организации должны давать конкурентное преимущество, помочь организации расти и достигать или, что еще лучше, превосходить стратегические цели.

С другой стороны, организациям следует признать, что инновационный процесс может быть дорогостоящим мероприятием, которое не всегда обеспечивает возврат инвестиций. Идеи, которые считались успешными, все же могут потерпеть неудачу. Организациям необходимо сопоставлять эти риски с преимуществами инноваций в бизнесе.

Рассмотрим некоторые из ключевых преимуществ инноваций:

Улучшение качества: инновации позволяют разрабатывать продукты более высокого качества, которые становятся более привлекательными для клиентов, что приводит к увеличению продаж и улучшению репутации.

Выход на новые рынки: инновации могут позволить фирме выйти на новые рынки.

Повышение добавленной стоимости: инновации стимулируют разработку высокодифференцированных продуктов, создавая уникальное торговое предложение. Отсутствие аналогичных товаров на рынке означает, что спрос на эти дифференцированные товары неэластичен. Неэластичный спрос означает, что фирмы могут повышать цену (без потери многих клиентов) и получать более высокую норму прибыли. Точно так же отсутствие похожих продуктов на дифференцированный создает возможность запатентовать продукт и обеспечить долгосрочный успех этого продукта.

Снижает затраты: инновации могут улучшить процессы и сделать их более эффективными. Если усовершенствовать процесс и ускорить его,

можно меньше использовать ресурсы компании и экономить деньги. Например, многие крупные банки используют инновации в области компьютерного программного обеспечения для улучшения процессов. Различные технологические отделы этих банков совершенствуют программное обеспечение компании, что помогает ускорить процессы.

Таким образом, инновации в предпринимательстве могут открыть двери для различных возможностей, помогая бизнесу идти в ногу с современными тенденциями. Инновации являются одной из важнейших забот каждой организации, и их роль в развитии и координации рынка неотъемлема. Инновации являются ключевым элементом любого бизнеса. Внедрение инноваций на предприятии повысит его производительность, сократит расходы, увеличит оборот. Инновационное мышление предпринимателя может помочь спрогнозировать рынок и идти в ногу с потребностями клиентов. Технологии (особенно искусственный интеллект) развиваются быстрее, чем когда-либо, а это означает, что новые, более эффективные технологии могут создавать лучшие продукты, предоставлять услуги, продвигать бизнес или отслеживать производительность с помощью аналитики. Используя эти новые технологии для инновационного процесса, можно значительно улучшить свой бизнес и получить преимущество перед конкурентами.

Библиографический список

1. Антипина Е. В. Инновационная концепция предпринимательства Й. Шумпетера: теоретические аспекты // Вестник РЭА им. Г. В. Плеханова. – 2014. – №10 (76). – URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 16.02.2022).
2. Болор Б. Понятие и содержание предпринимательства // Проблемы науки. – 2017. – №7 (20). – URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 16.02.2022).
3. Данилина, Е. И. Инновационный менеджмент в управлении персоналом: учебник для бакалавров / Е. И. Данилина, Д. В. Горелов, Я. И. Маликова. – Москва: Дашков и К, 2016. – 208 с.
4. Ермолаев, Е. Е. Теория и методология инноваций: учебное пособие / Е. Е. Ермолаев, Е. В. Князькина, М. Ф. Хайруллин. – Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2018. – 197 с.
5. Крючкова, Ю. В. Особенности развития инновационного бизнеса / Ю. В. Крючкова // Юность и знания - гарантия успеха. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2021. – С. 85-89.

Опыт и проблемы
маркетинговой деятельности
на предприятиях



**ТЕНДЕНЦИИ МАРКЕТИНГА В 2022 ГОДУ И ПРОБЛЕМЫ ЕГО
ВНЕДРЕНИЯ НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Анисимов М. В. бакалавр 3-го курса

*Научный руководитель: Губанова Е.В., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. Статья посвящена актуальной теме проблем внедрения маркетинга на российских предприятиях. В рамках статьи определены сущность маркетинга и основные тенденции, определяющие маркетинг в 2022 году. Особое внимание уделено современным проблемам внедрения маркетинга на российских предприятиях.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговая деятельность, маркетолог, потребители, руководитель, российские предприятия, тенденции.

**MARKETING TRENDS IN 2022 AND PROBLEMS OF ITS
IMPLEMENTATION AT RUSSIAN ENTERPRISES**

Anisimov M. V. bachelor's degree of the 3rd year

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

Annotation. The article is devoted to the actual topic of the problems of marketing implementation at Russian enterprises. The article defines the essence of marketing and the main trends that determine marketing in 2022. Particular attention is paid to modern problems of marketing implementation at Russian enterprises.

Keywords: marketing, marketing activity, marketer, consumers, manager, Russian enterprises, trends.

Термин «маркетинг» (от англ. «market» - рынок) представляет собой систему управления, ориентированную на потребительский рынок и изучающую потребности и интересы [4]. На сегодняшний день существует множество различных определений маркетинга, из которых имеет свои уникальные характеристики. В современных условиях маркетинг по является залогом успеха любого современного бизнеса. Если компания нацелена на увеличение своей доли рынка и повышение финансовых результатов, ей не обойтись без маркетинговой деятельности.

По мнению В. А. Алексунина «...маркетинг - это система управления и организации по разработке, производству и сбыту товаров или предоставлению услуг, базирующаяся на комплексном учете происходящих на рынке процессов, ориентированная на удовлетворение личных или производственных потребностей и обеспечивающая достижение целей фирмы» [1].

С точки зрения Л. Е. Басковского «...маркетинг - это выявление и удовлетворение человеческих и общественных потребностей» [2].

И. М. Синяева считает, что «...маркетинг - это новая предпринимательская философия, система взглядов на современное общество и общественное производство, в основу которой положены социально-этические

и моральные нормы делового общения, международные кодексы и правила добросовестной коммерческой деятельности, интересы потребителей и общества в целом» [3].

Обобщая существующие определения, можно сказать, что маркетинг - это философия и технология современного бизнеса, направленные на формирование и удержание («делание») для компании рынка путем создания и реализации ценностей для потребителей (лучше, чем это делают конкуренты) для обеспечения прибыли и повышения акционерной стоимости компании.

Характер маркетинговой деятельности заключается в оптимальном использовании ресурсов компании в современных рыночных условиях. Основные цели маркетинговой деятельности компании представлены на рисунке 1.

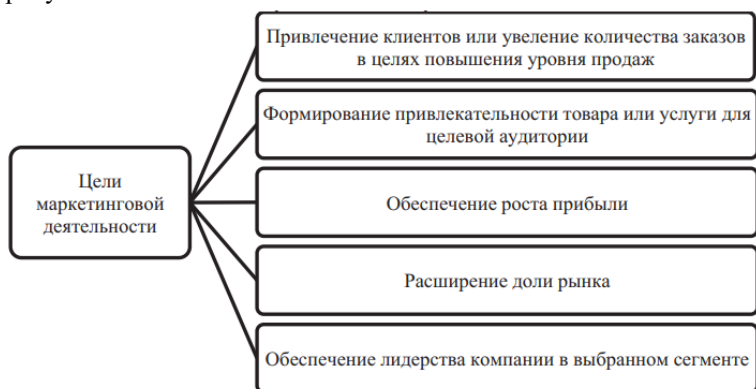


Рисунок 1. Основные цели маркетинговой деятельности предприятия

Маркетинг развивается день ото дня. Чтобы не потерять представление о долгосрочной перспективе, необходимо иметь сильный краткосрочный план. Невозможно предсказать, куда пойдет цифровой маркетинг в 2022 году, но важно следить за тенденциями [6].

Прежде чем углубляться в стандарты на 2022 год, важно взглянуть на наиболее важные тенденции цифрового маркетинга на 2021 год, а именно:

- 70% электронной коммерции приходится на мобильные устройства;
- 52% пользователей смотрят фильмы и видео на своих мобильных телефонах;
- многие потребители переключаются между собой несколько устройств при покупке;
- люди предпочитают продавцов, которые предлагают более индивидуальный подход к покупкам;

- мобильные устройства являются движущей силой роста местного бизнеса, каждый четвертый обращается в компании, найденные через Google и при помощи голосового поиска;

- 70% людей говорят, что предпочитают общаться с компанией через контент, а не через обычную рекламу;

- 70% потребителей с большей вероятностью порекомендуют компанию с положительным опытом в социальных сетях.

Но 2021 год закончился, поэтому 2022 год — самое время познакомиться с основными трендами маркетинга:

1. Диалоговый маркетинг. В диалоговом маркетинге нет ничего нового: компании уже много лет взаимодействуют с клиентами через чат, и 46% клиентов предпочитают общаться по электронной почте и в социальных сетях. Чат-боты помогают не только существующим клиентам, не только красивый, но и мощный инструмент для привлечения потенциальных клиентов. К 2022 году чат-боты станут лучше — они часть бизнес-инструментов для автоматизации. Живые чаты позволяют пользователям легко общаться с предприятиями и предприятиями на предпочитаемой ими платформе, такой как WhatsApp для бизнеса или Facebook Messenger.

2. Омниканальность. 25% потребителей могут легко повлиять на свое решение о покупке. Они хотят взаимодействовать с продуктами на своих устройствах в нужное время. Важно отметить, что омниканальные продукты могут иметь на 56% больше клиентов, чем компании, которые игнорируют омниканальность. Важно иметь точные данные о клиентах в каждой точке взаимодействия, чтобы повысить стабильность продаж.

3. Видеомаркетинг. Потребители предпочитают смотреть короткие видеоролики, а не читать длинные тексты. 93% маркетологов уже использовали свой визуальный маркетинг, говорят, что наглядность стала неотъемлемой частью их маркетинговых усилий, и в будущем они планируют вкладывать больше средств в видеомаркетинг.

4. Мониторинг социальных медиа. Три из четырех предприятий терпят неудачу. Почему? Основная причина в том, что компании могут не понимать, чего хочет их аудитория. Они просто дают своим клиентам не то, что они хотят, поэтому 75% предприятий закрываются в первые 15 лет. Что такое мониторинг социальных сетей? Он собирает информацию из сообщений в социальных сетях и отзывов клиентов, которые имеют ключевое значение для развития бизнеса.

5. Инклюзивный маркетинг. К 2022 году рекламодатели должны решить вопросы разнообразия и интеграции. Компании, которые привлекают представителей разных культур и учитывают потребности всех социальных групп, чувствуют себя на рынке комфортно, а их клиенты остаются довольными.

6. Прямые трансляции. Прямые трансляции — это нововведение, которое стремительно набирает популярность среди трейдеров. Например,

доказательством этого является недавно представленная функция выхода в эфир Instagram. 80% потребителей предпочитают смотреть прямую трансляцию компании, а не читать ее блог. 74% миллениалов смотрят видео, в которых сравнивают преимущества аналогичных продуктов. Поскольку индустрия прямого вещания достигла 70 миллиардов долларов в 2021 году, этот канал цифрового маркетинга быстро растет [7].

Многие статьи и книги посвящены проблемам организации и адаптации маркетинговых служб в российских компаниях. Это потому, что есть разница между лучшими картинками в книгах и тем, что происходит на практике. В пользу своего исследования теоретики описывают успешный маркетинговый опыт, реализованный в компании, но, к сожалению, не включают в свою работу системы внедрения и реструктуризации.

На сегодняшний день многие руководители российских корпораций сталкиваются с проблемой «неэффективности бизнеса профессионалов и многих рекламных отделов». Недостаточность заключается в том, что стоимость управления сектором высока, складские помещения не уменьшаются, а объем продаж и корпоративная прибыль не увеличиваются. В итоге опыт такого отдела для руководителей предприятий всегда понятен - увольнение всех сотрудников отдела и устранение отдела за ненадобностью [5].

В связи с этим, с одной стороны, руководители не позволяют отделам маркетинга принимать решения в соответствующих областях деятельности компании и ее развития. Корпоративные лидеры, с другой стороны, не имеют инструментов для измерения производительности подразделения.

Снижается роль маркетинга в компании и сокращается должность маркетологов исходя из существующего уклона на понимание работы, обязанностей и ожидаемых результатов деятельности отдела. Еще одним следствием развития событий является нарастающая неопределенность в развитии компании и разработка каждого подхода компании, т.е. отсутствие четко определенной маркетинговой стратегии организации.

Конечно, причины этой проблемы гораздо глубже, чем кажется на первый взгляд, проблема связана со следующими причинами:

1. Практически все российские компании обладают конфиденциальной информацией, в основном из-за отсутствия четкой позиции в правительстве, непрозрачности налогового законодательства, нестабильности банковской системы и национальной валюты. Страх перед новым кризисом не позволяет руководству организации оставаться более открытым и предоставлять больше информации, чем требует закон. Несмотря на стремление к стабильности во внешней среде, российский бизнес не готов раскрывать информацию об управленческих и финансовых показателях. Этот фактор исчезает, как только снижается боязнь кризиса за счет изменения менталитета людей, работающих в компании, как одной из причин отказа от маркетинговых услуг.

2. Следующая причина заключается в том, что руководители многих организаций считают маркетинг дорогостоящей частью компании, которая использует много ее ресурсов. Это не означает, что эти менеджеры получили плохую подготовку или плохую подготовку по маркетингу, и это не потому, что маркетологи в нашей стране этого не делают, а потому, что у маркетологов, руководителей компаний и собственников (инвесторов) разные мотивы, «разные языки».

Маркетологи сосредоточены на долгосрочном росте и процветании компании и увеличении ее доходов. Их работа заключается в изучении рынка и определении тенденций и спроса на ближайшие 7-10 лет. Для решения этой проблемы необходимы инвестиции в исследования и разработки, новые технологии производства и разработки. Смысл инвестирования заключается в получении конкурентного преимущества за счет лояльности компании и клиента.

Целью руководителя компании является продвижение интересов собственников. Очевидно, что привлечение денег не противоречит этой цели, но регуляторы работают с финансовыми понятиями: объем продаж, объем производства, цена, прибыль. А такие параметры, как информация о компании, возможности для конкуренции или доля рынка, которые наблюдатели рынка не имеют ничего общего с тем, как менеджеры рассматривают деньги в деятельности компании. Прямая зависимость от прибыльности от первого лица (а не от доли рынка и конкурентного преимущества) играет важную роль.

В результате любой попытки предпринимателя потратить деньги на улучшение своей маркетинговой стратегии менеджеры видят в этом способ увеличить расходы компании в этом году.

3. Другая сторона неудач в бизнесе заключается в том, что трейдеры не работают с идеями и брендами, которые могут продемонстрировать финансовые выгоды, которые могут удовлетворить их управление активами. Поскольку между рекламодателями нет единого мнения об общем росте компании и ее бизнес-единиц и доходах, полученных после налаживания рекламной деятельности, между руководством и рекламой нет взаимопонимания. Результатом является дефицит фондового рынка на бирже или приостановка этих акций вместе взятых.

В свете вышеизложенного можно рассмотреть следующее: маркетологам необходимо научиться обосновывать свои предложения финансовыми условиями и признаками восстановления экономики. Эти показатели должны соответствовать их маркетинговым стратегиям, основанным на росте компаний и секторов бизнеса, и должны служить инструментом для принятия обоснованных решений. Этап планирования должен включать прогнозы, которые потребуются в течение следующих 3-5 лет на основе финансовых показателей, плана управления финансами и плана прибылей и убытков. Этот метод используется для проверки инвестиционных проек-

тов и бизнес-планов, автор которых стремится переопределить процесс закупок и обеспечить общий объем инвестиций (исследования, внедрение и развитие) в компанию, уже работающую в этой области.

Это позволит руководителям и маркетологам общаться и понимать друг друга на «одном языке». Исследования и разработки в бизнесе перестанут быть обузой для руководителя и помогут компании сформулировать правильную стратегию закупок. Это, в свою очередь, повышает доверие и прозрачность деятельности компании и повышает ее привлекательность для инвесторов. Как известно, инвесторы инвестируют только тогда, когда у них есть четкое представление о том, как они могут потратить сегодня и завтра.

Библиографический список

1. Алексунин, В. А. Маркетинг: учебник / В. А. Алексунин. — 6-е изд., стер. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. - 214 с.
2. Басовский, Л. Е. Маркетинг: учебное пособие / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2022. — 233 с.
3. Маркетинг: учеб. пособие / под ред. проф. И.М. Синяевой. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2018. - 384 с.
4. Резник, Г. А. Маркетинг: учебное пособие / Г.А. Резник. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2021. — 199 с.
5. Кузин А. В. Проблемы и перспективы интернет-маркетинга компаний // Маркетинг. 2020. № 1. С. 25-28.
6. Юльчиева Г. Н. Маркетинг: современные тенденции // ModernScience. 2019. № 4-2. С. 191-193.
7. Важнейшие тенденции цифрового маркетинга 2022 / Wrike // [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.wrike.com/ru/blog/vazhnejshie-tendentsii-tsifrovogo-marketinga-2022/> (дата обращения: 15.04.2022).
8. Губанова Е.В., Глухова Т.А. Факторы достижения устойчивого (сбалансированного) роста компании // Калужский экономический вестник. 2021. № 2. С. 29-33.
9. Губанова, Е.В., Полищук, А.П. Оценка процесса принятия управленческих решений в деятельности коммерческой организации / Е.В. Губанова, А.П. Полищук // Глобальные и региональные вызовы современной экономики. - Пенза, 2020. С. 203-212.

УДК 339.1

МИРОВОЙ АВТОМОБИЛЬНЫЙ РЫНОК: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Витютина Л.С. бакалавр 3-го курса

Научный руководитель: Родыгина Н.Ю., д.э.н., профессор

Всероссийская академия внешней торговли Министерства экономического развития РФ, Москва

Аннотация. В статье исследована деятельность основных производителей автомобилей в мире. Рассмотрены проблемы и прогноз развития автомобильной отрасли.

Ключевые слова: мировой рынок, легковые автомобили, проблемы производства, прогноз развития.

GLOBAL AUTOMOBILE MARKET: PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

Vityutina L. S. bachelor's degree of the 3rd year

*Supervisor: N. Y. Rodygina., Doctor of Economic Sciences, Professor
Russian Foreign Trade Academy of Ministry of economic development of the
Russian Federation, Moscow*

Abstract. The article examines the activities of the main car manufacturers in the world. The problems and forecast of the development of the automobile industry are considered.

Keywords: global market, passenger cars, production problems, development forecast.

К крупнейшим автопроизводителям в мире относятся Volkswagen AG, Toyota Motor Corporation, Renault-Nissan, Hyundai Motor Group, General Motors Corporation, Honda Motor Co., Ltd, Ford Motor Company и другие.

Volkswagen AG – немецкий автомобильный концерн, состоящий из 342 компаний, таких как Audi, Skoda, Bentley, Lamborghini и др. концерн занимается как производством легковых автомобилей, так и микроавтобусов, автобусов, грузовиков и тягачей. Volkswagen AG владеет 48 автомобилестроительными предприятиями в 15 странах Европы и в шести странах Америки, Азии и Африки. Одно из них с 2007 года функционирует в России. После начала спецоперации России на Украине в феврале 2022 года концерн остановил поставки автомобилей, комплектующих и запчастей в Россию и производство автомобилей на заводах в Калуге и Нижнем Новгороде.

Toyota Motor Corporation – крупнейшая японская автомобилестроительная корпорация, которая также предоставляет финансовые услуги. В основном компания занимается производством и продажей пассажирских и грузовых автомобилей, а также автобусов под брендами Toyota, Lexus, Scion, Daihatsu, Hino. Основные производственные мощности расположены в Японии, также крупные заводы имеются в Таиланде, США, Канаде и Индонезии. К основным регионам сбыта Toyota относятся Япония, Северная Америка, Азия и Европа. Объем продаж компании по итогам 2021 года составил 10,5 млн. автомобилей. В России интересы Toyota Motor Corporation представляет ООО «Тойота Мотор», в Шушарах находится завод компании, имеющий статус филиала.

Renault–Nissan–Mitsubishi Alliance – франко-японский стратегический альянс между автопроизводителями Renault (Франция), Nissan Mitsubishi Motors (Япония). Альянс давно занимается разработками электромобилей, в 2009 г. был запущен первый серийный электромобиль. До 2020 года он считался ведущим в мире производителем электромобилей, однако потом

уступил Tesla. В рамках альянса лидером по продажам является Nissan, за ним следует Renault. Renault–Nissan Alliance присутствует в России, производя автомобили на заводах в Тольятти, Москве, Санкт-Петербурге и Ижевске.

Hyundai Motor Group – южнокорейский чеболь со штаб-квартирой в Сеуле. Основными членами чеболя в области автомобилестроения являются Hyundai Motor Company, Ioniq, Kia и Genesis Motor. Компания занимается разработкой водородных топливных элементов, но в 2021 году приостановила разработку своего Genesis и, возможно, других водородных автомобилей. Hyundai Motor Company принадлежит ряд автозаводов в Южной Корее (в том числе крупнейший в мире автосборочный завод в Ульсане), Турции, Северной Америке, Китае, Индии, Чехии, России и Бразилии. В России завод Hyundai находится в Санкт-Петербурге, он осуществляет полный цикл изготовления кузовов.

General Motors Corporation – американская транснациональная корпорация, имеющая заводы в 8 странах мира. Компания также владеет китайскими брендами Wuling Motors и Baojun, а также DMAX через совместные предприятия и разрабатывает самоуправляемые автомобили через контрольный пакет акций в Cruise LLC. GM намерена прекратить производство и продажи автомобилей с двигателями внутреннего сгорания, включая гибридные автомобили и подключаемые гибриды, к 2035 году в рамках своего плана по достижению углеродной нейтральности к 2040 году. GM предлагает больше гибких топливных транспортных средств, которые могут работать либо на этаноле E85, либо на бензине, либо на смеси обоих, чем любой другой автопроизводитель.

Honda Motor Co. – японский государственный конгломерат-автопроизводитель. Honda является крупнейшим в мире производителем мотоциклов, а также двигателей внутреннего сгорания. Основные производственные мощности конгломерата находятся в Японии, США, Индии, Таиланде и Бразилии. Основные потребители находятся в США и в юго-восточной Азии. Продажи автомобилей компании составили 4,79 млн. ед. на 2020 год.

Ford Motor Company – американский многонациональный производитель автомобилей, со штаб-квартирой в Дирборне, штат Мичиган, США. Ford имеет производства по всему миру, в том числе в Соединенных Штатах, Канаде, Мексике, Китае, Индии, Великобритании, Германии, Турции, Бразилии, Аргентине, Австралии и Южной Африке. Ford также имеет соглашение о сотрудничестве с российским автопроизводителем ГАЗ.

Fiat Chrysler Automobiles N.V. (FCA) – итало-американская ТНК, известная производством автомобилей, автозапчастей и производственных систем. До 2014 г. компания осуществляла свою деятельность через две основные дочерние компании: FCA Italy (ранее Fiat Group Automobiles) и FCA US (ранее Chrysler Group). Компания имеет представительства в 40

странах и реализует свои автомобили на 150 рынках. На российском рынке Группа представлена компанией FCA RUS AO.

Группе PSA – французская автомобильная производственная компания, выпускающая автомобили под брендами Peugeot, Citroën, DS, Opel и Vauxhall. В России компания имеет производство в Калужской области совместно с Mitsubishi Motors - ПСМА Рус, где доля PSA Peugeot Citroën составляет 70% и Mitsubishi Motors Corporation 30%. На март 2022 года завод продолжает работу в обычном режиме. 31 октября 2019 года FCA объявила о своем намерении объединиться с группой PSA. 18 декабря 2019 года FCA и PSA объявили, что согласились на условия обязательного слияния в размере 50 миллиардов долларов. В июле 2020 года компания объявила о своем новом названии Stellantis. 16 января 2021 года, после одобрения слияния 4 января того же года, оно было завершено, и FCA изменила свое название на Stellantis. В своей работе я рассматриваю эти компании по отдельности.

Mercedes-Benz Group AG (до 01.02.2022 Daimler AG) - немецкая транснациональная автомобильная корпорация со штаб-квартирой в Штутгарте, Баден-Вюртемберг, Германия. Это один из ведущих мировых производителей автомобилей. Mercedes-Benz Group имеет всемирную сеть производственных заводов и исследовательских центров, например в Китае, Германии, США, Бразилии и др. В России компания имеет завод в Московской области, где производятся седаны Е-класса, SUV. На март 2022 года производство и экспорт автомобилей в РФ приостановлено.

Таким образом, все крупнейшие автопроизводители находятся в развитых странах и являются транснациональными корпорациями, имеющими производства за рубежом. Каждая из компаний вкладывает значительные средства в исследования и разработки, чтобы максимально подстроиться под требования рынка. Крупнейшие компании автомобильной индустрии сконцентрированы в основном четырех странах: США, Германии, Японии и Франции. В Германии общую гибкость налоговой системы обеспечивают регулярный пересмотр налоговых ставок и льгот для предприятий в зависимости от экономической динамики [1].

Рассчитаем состояние концентрации на рынке автомобилей в мире. Динамика изменения объемов продаж крупнейших автопроизводителей в мире (в млн. шт.) за 2018-2020 годы приведены в табл.1.

Как мы видим из представленных данных, Volkswagen AG по-прежнему остается крупнейшим автопроизводителем в мире. Следом по объему продаж идут Toyota Motor Corporation и Renault-Nissan. Отырыв этих трех корпораций от конкурентов достаточно значителен и остается таковым, несмотря на пандемию.

Необходимо определить структуру рынка, чтобы по ней судить об уровне конкуренции на рынке. Воспользуемся для этого методами расчета индексов и коэффициентов концентрации.

Таблица 1. Объемы продаж производителей автомобилей в мире в 2018-2020гг., млн. шт.

№	Наименование автопроизводителя	2018	2019	2020	Темп роста, %	
					2020 к 2018	2020 к 2019
1.	Volkswagen AG	10,83	10,98	9,31	86,0	84,8
2.	Toyota Motor Corporation	10,59	10,46	8,9	84,0	85,1
3.	Renault-Nissan	10,76	10,2	7,95	73,9	77,9
4.	Hyundai Motor Group	7,25	7,2	6,52	89,9	90,6
5.	General Motors Corporation	8,38	7,72	6,83	81,5	88,5
6.	Honda Motor Co., Ltd	5,199	5,32	4,79	92,1	90,0
7.	Ford Motor Company	5,5	5,38	4,2	76,4	78,1
8.	Fiat Chrysler Automobiles N.V.	4,8	4,6	3,9	81,3	84,8
9.	Groupe PSA	3,88	3,5	2,91	75,0	83,1
10.	Mercedes-Benz Group AG	3,35	3,34	2,84	84,8	85,0
	Итого	70,539	68,7	58,15		

Рассчитаем долю каждого завода в общем объеме продаж. Результаты расчетов представлены в таблице 2.

Таблица 2. Объемы продаж основных производителей автомобилей в мире и их доли на рынке в 2018-2020гг., млн. шт.

№	Наименование завода	2018г.	Доля произ-водителя в 2018г., %	2019г.	Доля произ-водителя в 2019г., %	2020г.	Доля произ-водителя в 2020г., %
1.	Volkswagen AG	10,83	15,35	10,98	15,98	9,31	16,01
2.	Toyota Motor Corporation	10,59	15,01	10,46	15,23	8,9	15,31
3.	Renault-Nissan	10,76	15,25	10,2	14,85	7,95	13,67
4.	Hyundai Motor Group	7,25	10,28	7,2	10,48	6,52	11,21
5.	General Motors Corporation	8,38	11,88	7,72	11,24	6,83	11,75
6.	Honda Motor Co., Ltd	5,199	7,37	5,32	7,74	4,79	8,24
7.	Ford Motor Company	5,5	7,80	5,38	7,83	4,2	7,22
8.	Fiat Chrysler Automobiles N.V.	4,8	6,80	4,6	6,70	3,9	6,71
9.	Groupe PSA	3,88	5,50	3,5	5,09	2,91	5,00
10.	Mercedes-Benz Group AG	3,35	4,75	3,34	4,86	2,84	4,88
	Итого:	70,539	100	68,7	100	58,15	100

Как мы видим из представленных данных, доля крупнейшего автопроизводителя Volkswagen AG на рынке увеличилась на 0,66% за 3 года. Доля Toyota Motor Corporation увеличилась на 0,3%, а доля Renault-Nissan наоборот значительно упала на 1,58%.

Рассчитаем индексы концентрации для каждого года, чтобы определить долю трех крупнейших на рынке фирм, и показатели Херфиндаля-Хиршмана для каждого года. По результатам расчетов можно будет сделать вывод о степени монополизации рынка автомобилей в каждый период времени.

Рассчитаем индекс концентрации (CR3) в 2018 году:

$CR3 = 15,35\% + 15,01\% + 15,25\% = 45,61\%$ - это средняя степень концентрации.

Рассчитаем индекс концентрации (CR3) в 2019 году:

$CR3 = 15,98\% + 15,23\% + 14,85\% = 46,06\%$ - это средняя степень концентрации.

Рассчитаем индекс концентрации (CR3) в 2020 году:

$CR3 = 16,01\% + 15,31\% + 13,67\% = 44,99\%$ - это средняя степень концентрации.

Рассчитаем показатель Херфиндаля-Хиршмана (HHI) для автопроизводителей в 2018 году:

$$HHI = 15,35^2 + 15,01^2 + 15,25^2 + 10,28^2 + 11,88^2 + 7,37^2 + 7,8^2 + 6,8^2 + 5,5^2 + 4,75^2 = 1154,5073$$

Т.е. для рынка в 2018г. характерна средняя степень концентрации производства.

Рассчитаем показатель Херфиндаля-Хиршмана (HHI) для автопроизводителей в 2019 году:

$$HHI = 15,98^2 + 15,23^2 + 14,85^2 + 10,48^2 + 11,24^2 + 7,74^2 + 7,83^2 + 6,7^2 + 5,09^2 + 4,86^2 = 1159,638$$

Т.е. для рынка в 2019г. характерна средняя степень концентрации производства.

Рассчитаем показатель Херфиндаля-Хиршмана (HHI) для автопроизводителей в 2020 году:

$$HHI = 16,01^2 + 15,31^2 + 13,67^2 + 11,21^2 + 11,75^2 + 8,24^2 + 7,22^2 + 6,71^2 + 5^2 + 4,88^2 = 1155,1762$$

Т.е. для рынка в 2020г. характерна средняя степень концентрации производства.

Коэффициент рыночной концентрации рассчитывается по формуле:

$$GR_3 = \frac{V_1 + V_2 + V_3 + V_4 + V_5}{E}$$

Где – $V_{1,2,3,4,5}$ – объем продаж 5-и наиболее крупных компаний;

E – ёмкость рынка (общий объем продаж по рынку - итог)

Рассчитаем коэффициент рыночной концентрации в 2018 году:

$$GR_3 = \frac{10,83+10,59+10,76+7,25+8,38}{70,539} = 0,677$$

Рассчитаем коэффициент рыночной концентрации в 2019 году:

$$GR_3 = \frac{10,98+10,46+10,2+7,2+7,72}{68,7} = 0,677$$

Рассчитаем коэффициент рыночной концентрации в 2020 году:

$$GR_3 = \frac{9,31+8,9+7,95+6,52+6,83}{58,15} = 0,679$$

Таким образом, доля пяти крупнейших автопроизводителей превышает 60%, поэтому можно сделать вывод, что автомобильный рынок является олигополией.

После пандемии COVID-19 автомобильная отрасль столкнулась с новыми проблемами. В 2020 году сектор пережил наибольшее падение. Помимо проблем, связанных с ужесточением законодательств многих стран о выбросах, автопроизводители столкнулись с падением продаж и политической неопределенностью. Несмотря на то, что в 2021 году сектор начал демонстрировать небольшое улучшение по сравнению с предыдущим годом, процесс восстановления будет долгим.

Одной из ключевых проблем автомобильной отрасли стали массовые остановки производства из-за пандемии коронавируса. Они подчеркнули уже существующие проблемы автопроизводителей, связанные с избыточным производством и нехваткой ресурсов. Они также привели к сокращению производства и огромным финансовым потерям, непосредственно влияющим на ВВП. На рис.1 приведены данные об изменении производства с 2010 по 2020 гг.

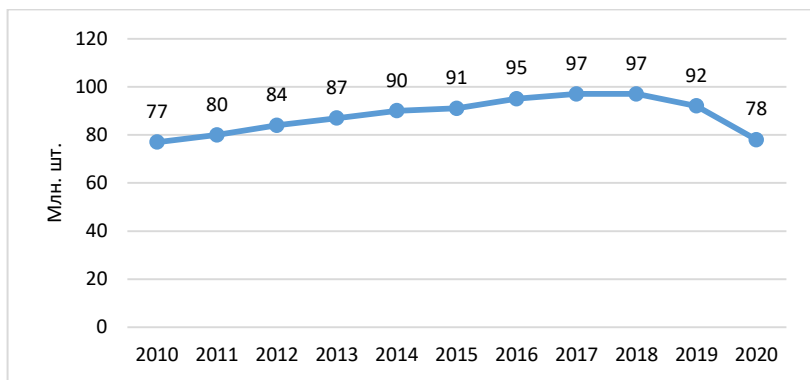


Рисунок 1. Производство автомобилей, 2010 – 2020 гг.

Исходя из данных, представленных на графике, заметно, что падение спроса на легковые автомобили, а также их производства началось еще в 2019 году. Тогда основными причинами были предпочтение общественного транспорта личному и распространение каршеринга. В 2020 году произ-

водство упало на 14 млн. автомобилей в связи с закрытием заводов и трудностями с поставками компонентов [4].

Следствием массовых остановок производства стали массовые сокращения рабочих. Хотя сейчас отрасль начинает восстанавливаться, постоянное взаимодействие с рабочей силой по вопросам выплаты медицинских страховок и пособий по безработице, вероятно, останется одной из постоянных проблем автомобильной промышленности, поскольку потребуется немало времени, прежде чем она снова окажется в стабильном положении. К тому же имеется тенденция к увеличению автоматизации производства.

Уменьшение продаж автомобилей по всему миру стало одной из важнейших проблем, стоящих перед автомобильной промышленностью во время COVID-19. Это было ожидаемо, так как в ситуации пандемии покупка автомобилей была гораздо менее приоритетной, чем раньше. Несмотря на ожидание, цифры довольно шокирующие – по данным Общества автомобильных производителей и трейдеров, автомобильная промышленность Великобритании потеряла 1,3 миллиарда фунтов стерлингов в продажах в 2020 году. Отсутствие продаж привело к избытку запасов, высокому уровню задолженности и неопределенности спроса. На рис. 2 приведены значения мировых продаж легковых автомобилей с 2010 по 2021 гг.

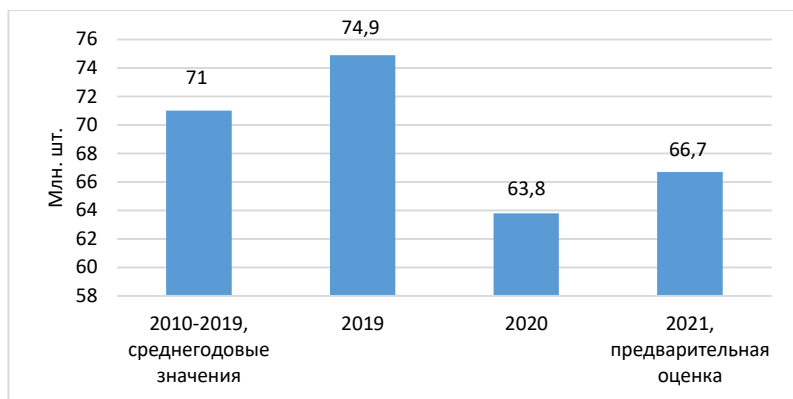


Рисунок 2. Мировые продажи легковых автомобилей, 2010-2021 гг.

Исходя из данных, представленных на графике, виден наибольший спад мировых продаж автомобилей в 2020 году, составивший 11,1 млн. шт. В 2021 продажи начали восстанавливаться, показав рост в 2,9 млн. автомобилей по предварительным оценкам, но все еще далеки от показателей 2019 года [5].

Пандемия коронавируса также повлияла на работу цепочки поставок. В связи с массовыми приостановками производств, они были нарушены. Основной проблемой в производстве автомобилей стала нехватка чипов. Дефицит чипов для автопрома возник во всем мире после того, как весной 2020 года на фоне коронавируса автоконцерны сократили заказы. А последующее восстановление автомобильной отрасли, сопровождавшееся ростом спроса на полупроводниковые компоненты со стороны других секторов, произошло слишком быстро для того, чтобы производство чипов сумело наверстать прежние объемы. Пандемия явно выявила хрупкость существующей аналитики цепочки поставок, подчеркнув, что устойчивость и прозрачность благодаря оцифровке и другим гибким практикам - единственный путь вперед для автомобильных компаний [2].

Ликвидность была самой большой проблемой, стоящей перед автомобильной промышленностью в 2021 году. Пандемический режим вновь подчеркнул, что наличные деньги действительно по-прежнему очень важны. Остановки производства и падение продаж постепенно привели к тяжелым финансовым потерям. Нехватка средств, вероятно, приведет к тому, что многие мелкие автомобильные компании выйдут из бизнеса. Денежные резервы были на рекордно низком уровне во время COVID-19; ситуация вряд ли изменится достаточно скоро. Государственная поддержка, использование искусственного интеллекта на автомобильном рынке для прогнозирования притока денежных средств в режиме реального времени и установление связи с финансовыми институтами для инвестиций в подключенные технологии и автоматизацию - это некоторые варианты, которые автопроизводители могут использовать, когда они имеют дело с проблемами ликвидности автомобильной промышленности.

Эксперты ожидают, что могут пройти годы, прежде чем уровни успеха до пандемии для этой отрасли будут восстановлены. В предстоящие годы автомобильные компании должны работать над решением существующих проблем с помощью стратегических мер. Начнем с того, что выбор цифровых режимов и обеспечение удобства для потребителей могут сработать. В дальнейшем автопроизводителям необходимо полностью перейти от традиционных моделей производства к автоматизированным рабочим процессам, обеспечивая при этом гибкость.

Внедрение новейших технологий и привлечение подключенных транспортных средств в основное русло, вероятно, откроет новые источники дохода для автопроизводителей в ближайшие годы. Поскольку правительства помогают, внося изменения в законы о выбросах, автомобильные компании работают над созданием более устойчивой цепочки поставок, а более интенсивные программы НИОКР проводятся для установления новых стандартов, автомобильная промышленность может медленно стать свидетелем восстановления в течение следующих полувека или около того.

С помощью программы Excel был построен тренд производства автомобилей в мире на 2021, 2022 и 2023 гг. (рис. 3).

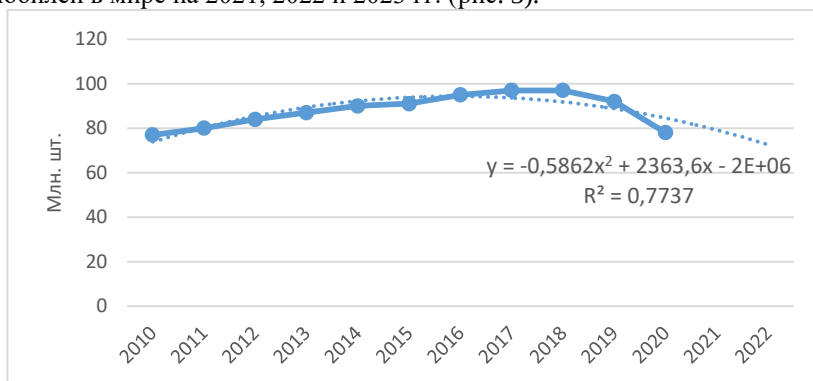


Рисунок 3. Прогноз производства автомобилей в мире

Как видно из графика, общая тенденция производства легковых автомобилей будет снижаться, несмотря на окончание пандемии коронавируса и постепенное восстановление функционирования экономики. Это связано с все еще не восстановившейся работой цепочек поставок микрочипов, спецоперацией России в Украине и последовавшими за ней санкциями.

Аналитики уже представили свой прогноз и оценку состояния мирового автомобильного рынка с учетом спецоперации России в Украине. Так, специалисты аналитической компании S&P Global Mobility постарались учесть проблемы с цепочками поставок, рост цен на энергоносители и сырье, а также остановки конвейеров из-за дефицита компонентов. В итоге мировой автопром может недосчитаться 25 млн. машин из-за кризиса в Украине [3].

По самому оптимистичному прогнозу автоконцерны недопустят 2,6 миллиона машин в течение двух лет, но, по данным портала Motor.ru, ситуация еще может ухудшиться. В S&P Global Mobility полагают, что при наихудшем раскладе сокращение производства автомобилей в 2022 – 2023 году достигнет 4 млн. единиц.

Аналитики подчеркивают, что проблемы у автопроизводителей по всему миру. В России и Украине резко упал спрос на новые автомобили, в Европе обострились проблемы с нехваткой микрочипов и жгутов проводки. В Северной Америке производство легковых автомобилей снизится на 480 тыс. единиц в 2023 году и на 549 тыс. штук в 2023-м, считают в S&P Global Mobility. Основной проблемой местных автопроизводителей являются разрыв цепочек поставок и продолжающийся кризис полупроводников. Вдобавок, на автомобильный рынок может повлиять рост цен на бензин и дизельное топливо. В перспективе может возникнуть дефицит палладия, так как Россия – крупнейший экспортер этого металла. Экономиче-

ские и политические последствия военной спецоперации приведут к тому, что мировые производители автомобилей не довыпустят почти 25 млн. машин до 2030 года, прогнозируют в S&P Global Mobility.

В России в ответ на экономические санкции Евросоюза было предложено национализировать все иностранные предприятия. В связи с этим отдельные иностранные автозаводы могут быть проданы китайским производителям аналогичной продукции. В настоящее время приостановили свою деятельность и перевели сотрудников в режим простоя с сохранением 2/3 зарплаты на 2 месяца до 10 мая такие предприятия как ООО «Фольксваген Груп Рус», «Континенталь», «Магна» и другие.

Правительством были введены ограничительные и поддерживающие меры как в отношении автопрома, так и других отраслей. В условиях повышенной волатильности будет осуществляться поддержка занятости и деловой активности на российском рынке.

Разработано три сценария развития отношений с иностранными компаниями, которые хотят покинуть российский рынок:

1. Компания продолжает работу в РФ, получая в полном объеме сырье, комплектующие, и выполняет обязательства перед сотрудниками;
2. Иностранные акционеры передают свою долю под управление российских партнеров и позже смогут вернуться на рынок;
3. Компания окончательно прекращает работу в России, закрывает производство и увольняет сотрудников. В таком случае к ней будет применена процедура ускоренного банкротства.

Также были введены ограничительные меры со стороны РФ в отношении иностранных компаний, а именно - подписано постановление, в соответствии с которым все сделки и операции российских компаний с гражданами и фирмами из недружественных России стран будут одобряться правительственной комиссией по контролю за осуществлением иностранных инвестиций. Согласно документу, российская компания-резидент или иностранная фирма из недружественных стран должны обратиться с заявлением о разрешении на сделку.

Кроме того, установлен порядок выдачи разрешений в части исполнения постановления Правительства № 312 от 09.03.2022 относительно вывоза отдельных видов транспортных средств, их частей и комплектующих. Разрешение на вывоз выдает Министерство транспорта РФ.

Для того, чтобы получить разрешение, российская компания-резидент или иностранная фирма из недружественных стран должна обратиться в Минфин с заявлением о разрешении на сделку. Заявление на получение разрешения на экспорт продукции иностранного происхождения подается в свободной форме. Сведения и документы, включенные в состав заявления, должны быть полными и достоверными. При отсутствии возможности предоставить полную документацию допускается предоставление имеющихся документов с указанием причин и информации, где такие сведения

и документы можно затребовать (п. 8 постановления Правительства от 06.03.2022 № 295). Если сведения изменились, о таком изменении нужно уведомить Минфин в письменной форме.

Таким образом, остановка работы иностранных предприятий всех видов деятельности в России в будущем приведет к росту безработицы, снижению доходов населения. Это негативно отразится на потребительском спросе, поступлении доходов в бюджет, что приведет к снижению спроса на все товары и услуги, в том числе и на автомобили.

Библиографический список

1. Витюткина Т.А., Деменева С.А., Клементьев М.А. Международная практика фискальной политики государства и налогового стимулирования бизнеса // Калужский экономический вестник – 2020 - № 1 – с. 9-13.
2. Анализ мирового рынка и производства легковых автомобилей в современных условиях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-mirovogo-rynka-i-proizvodstva-legkovykh-avtomobiley-v-sovremennyh-usloviyah/viewer> (Дата обращения 20.03.2022)
3. Мировой автопром может недосчитаться 25 млн. машин из-за кризиса на Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.autostat.ru/news/51064/> (Дата обращения 22.03.2022)
4. Estimated worldwide motor vehicle production from 2000 to 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/262747/worldwide-automobile-production-since-2000/> (Дата обращения 19.03.2022)
5. Number of cars sold worldwide between 2010 and 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/200002/international-car-sales-since-1990/> (Дата обращения 19.03.2022)

УДК 331

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В РОССИЙСКОЙ НЕФТЕГАЗОВОЙ СФЕРЕ

Ганиева М. Р. студент 3 курса

*Научный руководитель: Рабц В.А., канд. экон. наук, доцент
Башкирский Государственный Университет, Уфа*

Аннотация. Актуальность темы состоит в необходимости разработки эффективной системы мотивации сотрудников для повышения эффективности систем управления в нефтегазовых компаниях. Определена цель работы - определить возможности для повышения мотивации команды. Определить способы повышения творческой инициативы сотрудников. В статье рассматриваются процессы перемещения персонала в нефтегазовых компаниях, анализируется используемая система мотивации персонала, выявляются ее преимущества и недостатки.

Ключевые слова: Мотивация персонала, система управления, эффективность, нефтегазовая сфера.

DIRECTIONS FOR IMPROVING THE PERSONNEL MOTIVATION SYSTEM IN THE RUSSIAN OIL AND GAS SECTOR

Abstract: The relevance of the topic is the need to develop an effective employee motivation system to improve the efficiency of management systems in oil and gas companies. The purpose of the work is defined - to identify opportunities to increase the motivation of the team. Identify ways to increase the creative initiative of employees. The article examines the processes of personnel movement in oil and gas companies, analyzes the system of personnel motivation used, identifies its advantages and disadvantages.

Keywords: Personnel motivation, management system, efficiency, oil and gas sector.

«Мотивация персонала — это некий набор действий со стороны руководства предприятия, направленные на улучшение трудоспособности работников компании, а также способы привлечения квалифицированных специалистов и их удержание» [2]. Система мотивации персонала в компании представляет собой совокупность мер, направленные на стимулирование персонала к работе для достижения наилучших результатов в своей работе [2].

Люди, для реализации целей и задач потребляют определенное количество труда, времени и ресурсов. Проблема мотивации является то, чтобы человек научился оптимизировать имеющиеся ресурсы и тратить их столько, сколько им нужно для достижения эффективного результата [2].

«Сегодня нефтегазовая промышленность является наиболее развитой и конкурентоспособной отраслью в России. Россия занимает одно из ведущих мест в мире по объему производства, переработка, экспорт нефти и газа. В нынешних политических и экономических условиях российский нефтегазовый комплекс считается одним из самых динамично развивающихся в мире» [2, с. 98].

Мотивация персонала в нефтегазовых компаниях имеет свои особенности. Так как специалисты, которые работают в этой сфере получают хорошую заработную плату в принципе в регионе, то можно иметь ввиду, что роль материального стимулирования тут не высок. Важным моментом здесь является то, что большая часть сотрудников работают на Севере, т.е. вахтовым методом. Это ещё одна особенность работы в данной сфере. Естественно, в таких условиях для сотрудника будет важен его комфорт и безопасность.

Основаны множество крупных компаний по разведке, добыче и переработке нефти и газа, таких как Газпром, Роснефть, Лукойл, Сургутнефтегаз, Татнефть и др. К сожалению, несмотря на столь динамичное развитие нефтегазовой отрасли. В данной отрасли существует ряд проблем, одна из которых связана со значительной текучестью кадров. Ежегодно распределяются сотни выпускников по нефтегазовым секторам. Однако, несмотря

на набор молодых специалистов, в компаниях наблюдается выбывание персонала [1].

Текущность кадров в нефтегазовой отрасли чрезвычайно высока, но имеет тенденцию к незначительному снижению. Это связано с тем, что, несмотря на стремление сотрудников идти в нефтегазовую отрасль и ежегодный прием на работу огромного количества выпускников вузов, гораздо больше людей увольняются по тем или иным причинам [1].

«Объектом мотивации является руководитель организации, менеджер по персоналу или руководитель отдела, обладающий определенными качествами, значимыми с мотивационной точки зрения. В рамках системы мотивации менеджеры разных уровней призваны расширять возможности воздействия. Например, использование категорий социально-психологических вознаграждений для мотивации сотрудников (дружеское приветствие, неформальное признание, похвала, улыбка, потому что для сотрудника важен прямой контакт с менеджером)» [3].

Предметом мотивации являются потребности, ценности и ожидания сотрудников в зависимости от категории и возраста сотрудников, особенно молодых людей. Например, предложите разработать рабочее место (более ответственная работа, ротация, возможности освоения смежной области знаний, участие в принятии решений, командная работа). Также можно мотивировать сотрудников расходами на вознаграждение (бесплатные обеды, заказы на еду, пикники и фуршеты). Это создает благоприятную рабочую среду.

Далее рассмотрим рис.1, где представлена система мотивации. Из рисунка видно, что мотивация влияет практически на все аспекты. В систему мотивации входит: деловой климат в стране, а также и климат региона; разные сложившиеся традиции, стандарты; определённая экономическая ситуация в стране (регионе); ситуация на рынке труда, особенно сейчас большая конкуренция (не хватка допустим ИТ-специалистов во всех сферах и не только в нефтегазовой); также уровень личной ответственности; требуемый уровень квалификации, различные правовые аспекты, сложившая корпоративная культура и т.д.

Сейчас экономическое положение в стране очень тяжёлое в связи с последними событиями. В стране кризис и в следствии этого мотивация может каким-нибудь образом улучшить ситуацию.

Также часто на предприятиях нефтегазовой отрасли существует корпоративная культура, предполагающая строгую дисциплину и соблюдение регламентов как в исполнении трудовых обязанностей и ведении бизнеса, так и во внешнем виде, манере общения и жизненных ценностях. В таких условиях трудно добиться самовыражения [1]. Выявленные негативные факторы могут снизить удовлетворенность работника работой и привести к принятию решения об увольнении.



Рисунок 1. Система мотивации – влияющие факторы (выполнено по источнику 5)

«К положительным моментам системы мотивации персонала на таких предприятиях можно отнести не только высокую заработную плату, но и регулярность учета заработной платы. Большинство предприятий нефтегазового комплекса используют комплексную социальную систему. Кроме того, работа в крупной компании гарантирует стабильность» [3, с. 34].

Создание комфортных условий труда не может быть связано с материальными стимулами. При этом комфортные условия труда означают не только оборудованное рабочее место для сотрудника, но и благоприятную психологическую атмосферу в коллективе. Корпоративная культура также является сильным стимулом. Важно, чтобы сотрудник чувствовал свою важность для руководства организацией и признанного участия в ее благополучии. Дух конкуренции, умение работать в команде, возможности играют важную роль. Самореализация и личностный рост в рабочем процессе, гордость за принадлежность к организации, признание коллег и лидерство.

Одним из приоритетов в управлении мотивацией сотрудников организации является преодоление безразличия, отчуждения и доминирования каждую минуту интересы работника в отношении его работы путем создания специальных правил развитие и контроль мотивации труда, создание эффективных стимулов для высокоэффективной работы.

Анализируя систему мотивации, можно прийти к выводу, что для повышения эффективности мотивации персонала в организации необходимо предоставить сотруднику возможность проявить себя - например, возможность самостоятельно ставить задачи и цели, контролировать свою работу,

находить неординарные способы решения поставленных перед ним задач [2].

Целесообразно также вознаграждать сотрудников за интересные идеи и разумные предложения, так как часто возникает ощущение, что личные заслуги работника остаются незамеченными [2].

«Нефтегазовая сфера является одной из важнейших составляющих мировой экономики и оказывает значительное влияние на развитие других отраслей промышленности страны. В связи с этим необходимо эффективное функционирование данного сектора экономики для устойчивого развития государства. Эффективность работы во многом зависит от заинтересованности сотрудников в своей работе. Исходя из этого, особое значение приобретает актуальность темы мотивации и стимулирования» [1, с. 24].

В современном мире организации, ориентированные на системное развитие и конкурентоспособность, должны основываться на широком применении инновационных производственных подходов, а также на регулярных и ускоренных изменениях в ассортименте продуктов и услуг, основанных на научных исследованиях [1].

Не так давно некоторые организации начали демонстрировать творческую инициативу опытных сотрудников на научно-технических конференциях молодых специалистов, где участники представляют инновационные проекты для дальнейшего внедрения в производство [1]. Однако большинство программ носят бессистемный, спонтанный характер и не имеют вознаграждения, которые важны для работника [3].

Таким образом, задача и цель системы мотивации заключается в том, чтобы человек научился эффективно использовать свои трудовые ресурсы, и затрачивать их ровно столько, сколько ему потребуется для хорошего результата. Материальная мотивация играет большую роль в системе мотивации компании [3].

Библиографический список

1. Богатырева М.Р. Организация и нормирование труда: учебное пособие / сост. А.А. Рабцевич, М.Р. Богатырева. - Уфа: РИЦ БашГУ, 2020. - 300с.
2. Гришин К.Е. Механизм трансформации социально-экономических процессов. Том 2. Междисциплинарный подход: монография / под. общ. ред. К.Е. Гришина, Н.А. Кузьминых. - Москва: РУСАЙНС, 2021. - 216с.
3. Кибанов А.Я. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности / А.Я. Кибанов, Е.А. Митрофанова, И.А. Баткаева и др. - М.: ИНФРА-М, 2010.
4. Лысенко Д.В. Количественный анализ современных тенденций развития нефтяной отрасли Республики Башкортостан / Д.В. Лысенко, А.А. Рабцевич // Экономика и управление: научно-практический журнал. - 2021. - №4. - с.99.
5. Пугачев В.П. Модель эффективного использования методов мотивации персонала // Управление персоналом. - 2017. - №2. - с.53-55.
6. Рабцевич А.А. О научно-исследовательском обеспечении нефтегазового отраслевого профиля Республики Башкортостан // Экономика и управление: научно-практический журнал. - 2021. - №2. - с.114-122.

7. Хубеев Т.Р. Прогностический функционал в организационной структуре нефтегазовых компаний / А.А. Рабцевич, Т.Р. Хубеев // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия «Экономика». - 2021. - №2. - с.20-29.
8. LEVINE Bridge: Нефтегазовая отрасль. - URL: //levinebridge.com (дата обращения: 23.04.2022).

УДК 658.8

СТОИМОСТЬ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В КАЛУЖСКОМ РЕГИОНЕ КАК ФАКТОР СДЕРЖИВАНИЯ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Горохова А.Е., бакалавр 3-го курса

*Научный руководитель: Денисова Е.В., старший преподаватель
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В работе рассмотрены ключевые аспекты проведения маркетингового исследования, описан процесс и основные задачи исследования, его влияние на результаты деятельности организаций. Приведены данные по стоимости маркетингового исследования в г.Калуга, а также рассмотрен вопрос о необходимости проведения маркетингового исследования.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговое исследование, маркетинговая деятельность организации.

**THE COST OF MARKETING RESEARCH IN THE KALUGA REGION
AS A FACTOR OF CONSTRAINTING THE DEVELOPMENT
OF MARKETING ACTIVITIES**

Gorohova A.E. bachelor's degree of the 3rd year

*Supervisor: Denisova E.V., Senior Lecturer
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. The paper considers the key aspects of conducting marketing research, describes the process and main objectives of the study, its impact on the performance of organizations. The data on the cost of marketing research in the city of Kaluga are given, and the question of the need to conduct marketing research is also considered.

Key words: marketing, marketing research, organization's marketing activity.

Для деятельности любой организации необходимо получать информацию об изменениях внутренней и внешней среды, т.к. эти данные оказывают большое влияние на то, что организация хочет и может сделать. Поэтому разными силами предприятия стараются получить о своем окружении, используя внешние и внутренние источники, информацию, которая, в свою очередь, используется для наполнения информационного обеспечения организации.

В процессе данного сбора информации принимает участие, в том числе, и отдел маркетинга.

«Маркетинговые исследования — это информационный ресурс, который может обеспечивать предприятие рыночной информацией» [3, с. 15]. Маркетинговые исследования помогают определить форму партнерства, увеличить среднюю стоимость продукции, найти новые места продаж и снизить бизнес – риски; выявить потребности своего клиента и определить, какая реклама будет наиболее эффективна для целевой аудитории, изучить конкурентов и их продукцию, что позволит вырасти уровню конкурентоспособности организации; установить более четкие цели, конкретные направления действий бизнеса.

Процесс исследования достаточно трудоемкий, все мероприятия соответствуют научным требованиям и проводятся комплексно. Задачи маркетингового исследования – снизить уровень неопределенности, связанный с элементами комплекса маркетинга и внешней среды, оказывающими воздействие на тот или иной продукт, дать реальную оценку рыночных процессов и отразить возможности бизнеса и его позицию на рынке товаров и услуг.

«Все маркетинговые исследования осуществляются в двух разрезах: оценка тех или иных маркетинговых параметров для данного момента времени; получение их прогнозных значений» [1, с.5].

«Результаты маркетинговых исследований используются при разработке маркетинговых стратегий, формировании комплекса маркетинга, определении стадии жизненного цикла продукта, принятии решения о выходе или снятии продукта с рынка, для оценки эффективности отдельных маркетинговых мероприятий таких, как позиционирование, реклама, ребрендинг» [2, с.7].

Компании могут проводить исследования как с помощью собственных сил, так и привлекать внешних исполнителей – маркетинговых фирм, специализирующиеся на оказании таких услуг; встречается и смешанные варианты проведения исследований.

Заказчику маркетингового исследования необходимо подготовить четко сформулированное техническое задание, в котором необходимо будет указать:

- каким образом будут использоваться результаты
- текущую ситуацию на рынке: позволит создать единое мнение и у заказчика, и у исполнителя
- краткую историю компании; дать маркетинговое резюме
- цель и задачи маркетингового исследования
- географию исследования и целевую группу
- бюджет исследования (верхний допустимый предел расходов, который готов допустить заказчик)
- форму и сроки проведения и предоставления результатов исследования

Для каждого клиента составляется индивидуальный план и рассчитывается стоимость услуг, исходя из его индивидуальных потребностей и задач, указанных в техническом задании (данные факторы перечислены выше). Если компания – заказчик маркетингового исследования участвует в тендере, то она может оставить запрос на краткое описание маркетинговой фирмы. Таким образом, может ознакомиться с возможностями фирмы, специалистами, опытом работы с товарной группой и предполагаемым методом исследования.

По результатам изучения технического задания участники тендера предлагают заказчику техническое предложение. «На подготовку технического предложения у специализированной маркетинговой компании обычно уходит 2-3 дня, при этом основное время тратится на планирование проекта и расчет бюджета». [2, с. 9]

Рынок предлагаемых маркетинговых услуг достаточно разнообразный: в г. Калуга в настоящее время насчитывается около 23 компаний, предлагающих услуги маркетинговых исследований. Компании проводят исследования по разным направлениям. Наибольшим спросом пользуются следующие направления в исследовании:

- Анализ тенденций развития рынка
- Анализ продукта (услуги)
- Анализ потребителя
- Анализ цены
- Анализ конкурентов (сравнительный анализ участников рынка)
- Анализ эффективности рекламной кампании

Например, стоимость маркетингового исследования анализа рынков сбыта продукции по Калуге может обойтись компании от 150 000 руб.; анализ конъюнктуры рынка и общественного мнения от 191 000 до 3 000 000 руб.

Так, Маркетинговое агентство полного цикла в Калуге на своем сайте предлагает разные услуги, гарантирующие рост эффективности продаж. Согласно статистике агентства, «92% бизнесов Калуги не имеют у себя маркетинга, либо маркетинг работает неправильно» [4].

Специалисты агентства утверждают, что «стоимость маркетингового исследования всегда индивидуально и зависит от десятка параметров» [4]. Разработчики сайта предлагают оставить заявку на маркетинговое исследование, где необходимо будет заполнить анкету о своем бизнесе, необходимых параметрах исследования; или же выбрать свой пакет услуг. На рисунке 1 представлены некоторые из них.

По итогам исследования, агентства представляют отчет о проделанной работе, а также прогнозную оценку деятельности компании. Чаще всего, данные прогнозные оценки используются не только для разработки стратегии развития компании, постановки целей, но и при определении направлений маркетинговой деятельности.

№	Название пакета	Описание	Стоимость услуги
1	Полное исследование	Содержит актуальность проекта, оценку емкости и объема отрасли, потребительской среды, динамику импорта и экспорта, анализ цен потребителей и производителей. И еще десятки важных пунктов.	от 90 000 руб.
2	Личное интервью	Пообщаемся с людьми в общественных местах по заготовленным анкетам. Время и стоимость варьируются в зависимости от исследуемого региона, уровня сложности анкеты.	От 300 до 700 руб.
3	Холл-тест	Общение с респондентами в отдельном помещении с демонстрацией материалов с продолжительностью до 30 минут.	250-600 руб./ед.
4	Фокус-группа	Проведение беседы с 3-8 респондентами в течение 2 часов. Быстро выявим вопросы и проблемы, которые важны потребителям.	90 000 руб.
5	Конкурентный анализ	Оценка долей участников рынка, обзор основных конкурентов по объему продаж, годовому обороту, структуре каналов продаж, преимуществам/недостаткам и клиентской оценке.	от 130 000 руб.
6	Мониторинг	Исследование, направленное на выявление всех источников, в которых присутствует информация про вас или вашу компанию. Является мощным инструментом в управлении репутацией.	от 35 000 руб.
7	Разработка стратегии	Планирование выведения товара/услуги на рынок, сформированное на основе глубокого анализа нынешней экономической ситуации на рынке	от 90 000 руб.

**Рисунок 1. Стоимость маркетингового исследования
Маркетингового агентства полного цикла**

Благодаря маркетинговому исследованию упрощается процесс принятия управленческих решений. Но привлекать к исследованию внешние маркетинговые компании – это большие затраты для фирмы. Стоимость маркетинговых исследований часто превышает имеющийся бюджет в организациях: в среднем, стоимость маркетингового исследования – 80 тыс. руб., что при данной экономической обстановке предприятиям «не по карману».

Более того, если продукция компании и так пользуется достаточной популярностью, то результаты исследования никак не повлияют на спрос. Тогда возникает вопрос, а действительно ли необходимо проводить маркетинговое исследование? Особенно, если оно может привести к утечке информации к конкурентам, что крайне не желательно для предприятия.

Таким образом, маркетинговое исследование может сильно повлиять на эффективность работы предприятия, улучшить результаты маркетинговой деятельности, но проводить его или нет – решают только сами организации.

Библиографический список

1. Зайцев, А. Г. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / А.Г.Зайцев, Е.В.Такмакова - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 88 с.
2. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. — 2-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 294 с.

3. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования: Учебник / Б.Е. Токарев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2019. - 512 с.
4. Сайт Маркетингового агентства полного цикла в Калуге [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://b2b-creative.ru/kaluga/marketingovye-issledovaniya/> (дата обращения 03.05.2022)

УДК 336.713

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ

Дымов Е.В., студент второго курса

Научный руководитель: к.э.н., профессор, Костина О.И.

Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация. Данная статья направлена на изучение маркетинговой стратегии банка, которая является одной из наиболее важных областей, которая должна быть тщательно изучена директивными органами банков. Это связано с необходимостью повышения эффективности и обеспечения устойчивого роста банков по мере усиления конкуренции в банковской отрасли. Продуманная маркетинговая стратегия становится основным принципом для банков. Они не только работают в среде, где качество обслуживания и финансовая отдача воспринимаются как важнейшие критерии с точки зрения клиентов, но и должны конкурировать с обычными банками, которые, как известно, имеют лучший опыт и опыт работы в банковском бизнесе. Банки в настоящее время твердо убеждены в том, что эффективные маркетинговые стратегии, применяемые в банке, снижают стоимость услуг, предоставляемых клиентам, и повышают качество предоставляемых банковских услуг, а также влияют на реакцию клиента, что само по себе может обеспечить будущее банковского бизнеса. Статья представляет собой обзор маркетинговых стратегий, распространенных в банковском секторе. В эту эпоху зрелого и интенсивного конкурентного давления крайне важно, чтобы банки поддерживали лояльную клиентскую базу. Таким образом, ориентация банков следует уделять гораздо более широкое внимание потребностям потребителей и рынка и вытекающим из этого маркетинговым стратегиям.

Ключевые слова: Маркетинговые стратегии, Банковский сектор, Маркетинг услуг, Маркетинг финансовых продуктов

MARKETING ACTIVITIES IN THE BANKING SECTOR

Dymov E.V., bachelor's degree of the 2nd year

Supervisor: Candidate of Economic Sciences, Professor, Kostina O.I.

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. This article is aimed at studying the marketing strategy of the bank, which is one of the most important areas that should be carefully studied by the decision-making bodies of banks. This is due to the need to improve the efficiency and ensure sustainable growth of banks as competition in the banking industry increases. A well-thought-out marketing strategy becomes the main principle for banks. They not only work in an environment where the quality of service and financial return are perceived as the most important criteria from the point of view of customers, but also have to compete with ordinary banks, which, as is known, have the best experience and experience in the banking

business. Banks are now firmly convinced that effective marketing strategies applied in the bank reduce the cost of services provided to customers and improve the quality of banking services provided, as well as influence the customer's reaction, which in itself can ensure the future of banking business. The article is an overview of marketing strategies common in the banking sector. In this era of mature and intense competitive pressure, it is extremely important that banks maintain a loyal customer base. Thus, the orientation of banks should pay much broader attention to the needs of consumers and the market and the resulting marketing strategies.

Keywords: Marketing strategies, Banking sector, Marketing of services, Marketing of financial products

Роль маркетинговых стратегий в банковской отрасли продолжает меняться. В течение многих лет основным направлением банковского маркетинга была публичная доходность. Затем в смещение акцента на рекламу и стимулирование продаж по сравнению с ориентацией на клиента вполне очевидно в сегодняшней банковской деятельности. Потребители являются ключевым фактором на рынке. Таким образом, маркетинг представляет собой ключевую стратегию банков по удержанию хороших клиентов, а также по прогнозированию их будущих потребностей. Многие банковские организации сегодня применяют эффективные маркетинговые стратегии для достижения организационного успеха и долгосрочного функционирования [4].

Теперь банкам приходится справляться с жесткой конкуренцией в бизнесе, а также со сложными нормами, касающимися достаточности капитала и резервирования. Таким образом, банки вынуждены применять различные маркетинговые методы и стратегии. Маркетинг в банках можно охарактеризовать как новое явление, которое активно развивается в течение последних нескольких десятилетий. Можно с уверенностью сказать, что хорошо продуманные маркетинговые стратегии очень важны для эффективного продвижения банковских услуг. Роль стратегий банковского маркетинга заключается в достижении конкурентных характеристик в банках как важной основы для достижения целей и успех этих банков. Чем выше уровень знаний о маркетинговых стратегиях человечества, тем больше у банков элементов материальных и нематериальных активов, которые позволяют им выделяться на фоне банков, которые их не беспокоят, и становятся обладателями лидерства в достижении конкурентных характеристик, которые хотят клиенты. Таким образом, ориентация банков должна быть более широкой в отношении потребностей рынка и вытекающих из этого маркетинговых стратегий. При разработке маркетинговой стратегии банк должен уделять особое внимание отношению, отзывчивости и личным навыкам персонала банка, активизации отдела маркетинга, поддержке отдела маркетинга высшим руководством, участию персонала отдела маркетинга в ключевых решениях банка [3].

Банковский сектор является неотъемлемой частью экономики. Следовательно, этот сектор играет ключевую роль в благополучии экономики. Слабый банковский сектор не только ставит под угрозу долгосрочную устойчивость экономики, он также может стать началом для финансового кризиса, который может привести к экономическим кризисам. Большинство банковских учреждений в настоящее время делают упор на маркетинг, чтобы информировать клиентов о предлагаемых ими услугах и преимуществах. Маркетинг – это важнейшая связь между банками и клиентами, ни один банк не может рассчитывать на успех, не вкладывая существенных инвестиций в его маркетинговые усилия. Банки в настоящее время придумывают удивительные и впечатляющие способы привлечения клиентов и сохранения своей клиентской базы [1].

В наши дни банки уделяют большое внимание построению долгосрочных отношений со своими существующими клиентами и тем самым привлечению новых клиентов. Следовательно, маркетинг взаимоотношений становится очень важным для банков. Он связан с определением всех точек соприкосновения и оценкой того, какие услуги предоставляются, кем, когда и как, а также чего ожидают клиенты. Все методы и стратегии маркетинга используются таким образом, чтобы в конечном итоге они побуждали людей вести бизнес с конкретным банком. Можно сказать, что хорошо продуманные рекламные стратегии очень важны для эффективного продвижения банковских услуг.

Причины, по которым сфера маркетинга имеет важное значение в банковском деле, а банки проявляют интерес к предмету маркетинга, можно объяснить следующими факторами:

- Изменение демографических факторов;
- Сокращение конкуренции в сфере услуг;
- Повышение осведомленности банков о прибыли;
- Изменение процентных ставок;
- Вход в различные частные и иностранные банки;
- Местный рост небанковских финансовых учреждений;
- Появление новых технологий;
- Расширение охвата инновационных банковских продуктов [2].

Маркетинг банковских продуктов – это совокупная функция, направленная на предоставление возможностей для удовлетворения денежных потребностей и желаний клиентов, в большей степени, чем соперничество с учетом организационных целей. Банковское дело – это отрасль, ориентированная на персонализированные услуги, и поэтому оно должно предоставлять услуги, удовлетворяющие потребности клиентов. Маркетинговая тактика включает в себя упреждение, классификацию, реагирование и удовлетворение потребностей и желаний клиентов эффективно, профессионально и с пользой. Можно сказать, что присутствие банка не имеет ни-

какого значения без присутствия клиента. Главная роль банка заключается не только в том, чтобы привлекать и завоевывать все больше и больше клиентов, но и в том, чтобы сохранять их за счет оперативного обслуживания клиентов. Маркетинг, связанный с банковским делом, заключается в том, чтобы объяснить клиенту подходящее обещание с помощью различных продуктов и услуг, а также подтвердить оперативное распространение через

удовлетворение. Фактическое удовлетворение, доставляемое клиенту, зависит от того, как с ним сотрудничают. Далее становится очевидным, что каждый сотрудник, от высшего руководителя до самого младшего сотрудника банка, должен заниматься маркетингом.

Маркетингу в сфере услуг еще предстоит набирать обороты, особенно когда речь идет о маркетинге банков. Маркетинговая ориентация банков необходима для выживания и успеха. С ростом конкуренции и осведомленности о банковском секторе клиенты в настоящее время становятся чрезмерно требовательными к предлагаемым услугам. В наши дни наблюдаются все новые и новые тенденции. Кроме того, растущая глобализация привела к новой конкуренции в отечественной банковской сфере и позволили банкам, страховым компаниям и кооперативам значительно разнообразить свою деятельность. Усилия по стимулированию сбыта в основном тратятся впустую. Прямая маркетинговая рассылка имеет плохой отклик. Чтобы быть успешным, банк должен иметь качественных сотрудников, инновационный менеджмент, уметь эффективно использовать технологии, а также иметь правильные продукты и каналы сбыта. Его стратегическая модель должна быть сосредоточена на стандартизации, коммуникации и глобализации. Чтобы быть лучшим банкиром, основное внимание должно быть сосредоточено на том, чтобы превзойти ожидания клиентов с помощью управленческого опыта, качественных сотрудников, превосходных продуктов и легендарного сервиса [4].

Библиографический список

1. Беспалов Р.А., Прошина О.С. Маркетинговая деятельность банков России// Экономика. Социология. Право – 2019 - №2(14).
2. Пьянзова А.П. Особенности современной маркетинговой политики коммерческого банка // Вектор экономики – 2018 - №10.
3. Маркетинговая деятельность в банках [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://studbooks.net/1229335/bankovskoe_delo/marketingovaya_deyatelnost_v_bankah (дата обращения: 03.05.2022)
4. Банковский маркетинг [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.sravni.ru/enciklopediya/info/bankovskij-marketing/> (дата обращения: 02.05.2022).

**ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМНЫХ ОБЛАСТЕЙ МАРКЕТИНГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Житкова А. В. бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Пономарев С. В., к. ф.-м. н., доцент
Калужский филиал Финиуниверситета, Калуга*

Аннотация. На сегодняшний день особенно актуально стоит вопрос новых маркетинговых решений для продвижения товаров и услуг. Особенно остро проблема организации эффективного маркетинга стоит в крупных компаниях, которые функционируют на крупных рынках. Это, как правило, крупные акционерные общества, которые производят чрезвычайно важные общественные блага продукции (товары). Целью статьи работы является исследование стратегии развития маркетинга в современных условиях деятельности промышленного предприятия.

Ключевые слова: маркетинг, продвижение, реклама, каналы продаж, стратегия маркетинга, маркетинговые коммуникации.

**EXPERIENCE AND PROBLEMS OF MARKETING ACTIVITY
AT ENTERPRISES**

Zhitkova A. V. bachelor's degree of the 4rd year

*Supervisor: S. V. Ponomarev, Candidate of Physical and Mathematical Sciences,
Associate Professor*

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. Today, the issue of new marketing solutions for the promotion of goods and services is particularly relevant. The problem of organizing effective marketing is particularly acute in large companies that operate in large markets. These are, as a rule, large joint-stock companies that produce extremely important public goods of products (goods). The purpose of the article is to study the marketing development strategy in the modern conditions activity of an industrial enterprise.

Keywords: marketing, promotion, advertising, sales channels, marketing strategy, marketing communications.

Сегодня, чтобы решить задачи устойчивого роста промышленности, очень важно совершенствовать систему производства новых видов продукции. В современной экономической ситуации предприятия не могут опираться на существующие продукты, поскольку вкус потребителей меняется и конкуренция растет каждый раз, поэтому участники рынка должны бороться за свое место. Чтобы добиться успеха, быть на лидирующих позициях, нужно всегда удерживать конкурентов и продвигать свою продукцию. Таким образом, каждая компания должна придумывать свою уникальную программу по продвижению новых товаров. Главный фактор, который будет гарантировать успех товара - это то, что продукт, выходя на рынок, должен не только выглядеть новым, но и быть не похожим на другие товары.

Успех современных бизнес-организаций во многом зависит от качества стратегического планирования и управления. Способность своевременно и эффективно планировать и проводить обновление ассортиментного портфеля является основой конкурентоспособности организации, которые она предлагает на рынке. Ни одна компания, производящая продукцию для потребителей не будет долго преуспевать без проведения мер по разработке и совершенствованию своей продукции. Эта потребность обусловлена наличием жизненного цикла каждого продукта, который должен контролироваться и корректироваться по мере необходимости и по возможности, а также постоянно меняющимися потребностями потребителей товаров. Кроме того, различные факторы внешней среды могут привести к изменению рыночной деятельности и товарной политики предприятия. Для создания новых товаров компании должны учитывать следующие аспекты: нужно правильно организовывать процесс введения нового товара, угадывать предпочтения покупателей, а также проводить исследования на рынке.

Предмет исследования - экономическая модель взаимодействия предприятия с окружающей средой, которая обеспечивает предприятию высокий адаптивный и стратегический потенциал в условиях экстремальной среды и нестабильности.

Сегодня многие крупные корпорации стремятся укрепить свое положение среди ведущих мировых корпораций, сохранить лидерские позиции по операционным показателям и войти в группу лидеров по акционерной стоимости.

Ключевые стратегические условия достижения этих целей:

- повышение эффективности по всем направлениям деятельности;
- устойчивое увеличение продаж;
- повышение информационной открытости и прозрачности;
- высокая социальная ответственность;
- разработка и применение новых технологий продвижения.

Многие годы функционирования крупных предприятий в России и на международном рынке свидетельствуют о том, что они все очень подвержены воздействию окружающей среды, источниками которых являются и внешняя среда, и внутренняя характеристика самого предприятия. Сегодня возникает потребность в формировании инструментария управления окружающей маркетинговой среды при разработке и производстве электронных средств на основе системного и комплексного рассмотрения проблем рыночного функционирования крупных промышленных предприятий России [1].

Реализация целей управления факторами окружающей среды и планируемых задач в этом случае основывается на нескольких принципах. Основные принципы, которых придерживаются организации при создании

маркетинговой системы, зависят от стратегии рынка организации. Если на данном этапе организация ориентирована на поддержание финансовой стабильности, все меры по управлению факторами окружающей среды будут направлены на компенсацию факторов финансовой неустойчивости, которые, находясь в бизнес-среде, и, следовательно, будет реализован принцип максимального учета внешних факторов. Стратегия по завоеванию максимально возможной доли на рынке требует выполнения принципа компенсаций рисков, источники которого находятся на внутрифирменном уровне.

Специфика производственной и финансовой деятельности крупных промышленных предприятий определяется их растущей зависимостью от условий и факторов внешней среды. Эти факторы не только создают благоприятные условия, но и существенные препятствия в достижении как стратегических, так и оперативных целей. Непредсказуемость и высокий динамизм внешней среды лишь обостряют негативное воздействие внешнего фактора на масштабную работу предприятий и компаний. Поэтому на сегодняшний день нестабильные макроэкономические условия анализа внешней среды являются важными [2].

Можно четко выделить основные проблемы, которые связаны с грамотной маркетинговой стратегией компаний:

1. Нет четкой маркетинговой политики.

Часто бывает так, что компания на рынке работает довольно длительное время, но четкой маркетинговой политики у нее нет. Компания продолжает реализацию товаров и продукции, но четкой стратегии маркетинга у нее нет. Слабо проводятся маркетинговые исследования, не определены целевые группы, нет четкого бюджета маркетинга, нет плана ввода новых товаров на рынок, не сформирован бюджет маркетинга. Итогом такого подхода к маркетингу компании становятся снижение лояльности целевой аудитории, снижение доли рынка в связи с падением конкурентных преимуществ, отток клиентов к более перспективным игрокам рынка [2].

2. Вторая проблема состоит в том, что сегодня сложно выйти на крупные федеральные торговые сети. В такой ситуации компания либо соглашается на те условия входа в сеть, которые ей предлагаются на рынке в текущий момент, либо ищет другие пути продвижения продукции. Для решения такой проблемы крупная компания должна предпринять ряд маркетинговых шагов:

- разработать сильный бренд и программу его продвижения;
- формировать эффективную сеть дистрибьюторов, которая позволит расширить географию сбыта;
- вкладывать в продвижение бренда на федеральном уровне и постепенно входить в сеть, может быть, сначала не напрямую, а через крупных дистрибьютеров [5].

3. Слабо развита система взаимодействия клиент-маркетинг-продажи.

Если в компании не организовано должным образом информационное сопровождение клиента, не установлена устойчивая обратная связь с клиентом, то продажи могут упасть. Как правило, многие клиенты привыкают к определенному бренду, они ждут персональных программ лояльности. Также очень важно установить связь с постоянными поставщиками, которые смогут подстроиться под маркетинг конкретного предприятия. Данная проблема особенно актуальна, когда происходит разрыв в коммуникациях между отделом продаж, отделом закупок и логистической системой компании. Отдел продаж не всегда может определить наиболее эффективные каналы продаж. Такой разрыв в коммуникациях приводит к неосведомленности клиентов об акциях компании, новых товарах и новых продажах [3].

4. Отсутствие четкой гибкой политики работы с клиентами.

Многие оптовые покупатели обычно имеют определенные привилегии при покупке большой партии продукции. Обычно политика продаж постоянным крупным покупателям дифференцирована. Несмотря на то, что политика компании в отношении обслуживания клиентов дифференцировалась по видам клиентов, периодически появляется ряд проблем, связанных с оценкой клиентов, прежде всего с лимитами товарного кредитования. В течение текущего и аттестационного периода у клиента могли произойти положительные изменения, такие как увеличение количества торговых точек. Таким образом, если формально подходить к этому моменту в соответствии с аттестацией, то могут возникнуть серьезные проблемы с дальнейшим сотрудничеством данного заказчика. Ряд клиентов могут просить пересмотреть требования из-за изменений условий сотрудничества. В результате некоторые покупатели отказываются от продолжения сотрудничества, или постепенно увеличивают пул поставщиков подобной продукции, уменьшая объемы закупок в ассортименте компании [5].

5. Недостаточно широкий ассортимент товаров.

Громадный ассортимент не является критерием эффективности предприятия, особенно если большая часть его приносит небольшой доход. Большой ассортимент в таком случае является минусом, а не плюсом. Но при этом с большим ассортиментом проще вести конкурентную борьбу. Более того, проще найти новых покупателей, поскольку им выгоднее покупать товары у небольшого количества поставщиков.

6. Большой документопоток, что часто является сдерживающим фактором для развития эффективной системы маркетинга на предприятии. Такая проблема может возникнуть, когда сотрудники компании невнимательны, непрофессионально проверяют качество товара, продукции. Также заказчики могут не сразу проверить качество и ассортимент товара, обратиться слишком поздно и данное обстоятельство значительно усложняет процесс

обмена или возврата товара. Решить такую проблему можно путем внедрения электронного документооборота.

Все выше перечисленные проблемы эффективности маркетинга неоднократно были выявлены на крупных российских предприятиях. В итоге данные проблемы удалось решить посредством комплексного подхода к разработке интегрированной системы маркетинга и разработки стратегии развития маркетинга.

К примеру, из вышеперечисленных проблем в сфере маркетинга в такой крупной компании, как ПАО «Роснефть» были проблемы, связанные с длительными сроком подписания документов, а также проблема взаимодействия клиент-маркетинг-продажи.

В итоге в ПАО «Роснефть» была разработана интегрированная система маркетинга, в результате которой были достигнуты результаты, которые отражены на диаграмме на рисунке 1, (%) [6].

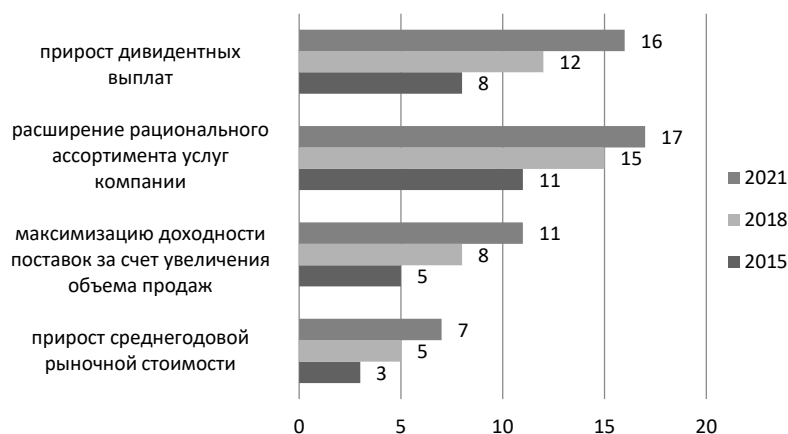


Рисунок 1. Динамика улучшения показателей деятельности ПАО «Роснефть» после внедрения интегрированной системы маркетинга, (%)

Внедрение и успешная реализация стратегии маркетинга в ПАО «Роснефть» направлено на достижение следующих результатов:

1. Ожидается рост среднегодовой рыночной стоимости компании на 4-5%, что позволит в итоге достигнуть прироста рыночной стоимости до 20-25% к 2024-му году.
2. Ожидается, что в результате цифровизации и оптимизации бизнес-процессов в компании прирост дивидендных выплат достигнет 45% за ближайшие три года.
3. Основой новой стратегии развития должно стать качественное изменение бизнеса компании за счет технологического прорыва, а также полно-

масштабного применения цифровых технологий на всех этапах производственного процесса компании, также планируется усилить непрерывный мониторинг снижения затрат.

4. Планируется, что за кратчайшие сроки (3-5 лет) компания продемонстрирует прирост объема извлечения нефти на 20-30 млн. тонн с учетом оптимальности затрат [6].

Библиографический список

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С. Г. Божук. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2022. - 304 с.
2. Данько, Т.П. Управление маркетингом: учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 521 с.
3. Казакова, Н. А. Современный стратегический анализ: учебник и практикум для вузов / Н. А. Казакова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 469 с.
4. Карпова, С. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 396 с.
5. Пашкус, Н. А. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 225 с.
6. Стратегия развития ПАО «Роснефть» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rosneft.ru> (дата обращения: 19.04.2022).

УДК 658.8

ПРОБЛЕМЫ И СПОСОБЫ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Климова А.Ю. бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье рассмотрена текущая проблематика применения маркетинга в хозяйственной деятельности современных организаций. Описывается содержание и значение маркетинга в хозяйственной деятельности, определяются проблемы в реализации маркетинга в современных условиях и наиболее эффективные способы их преодоления. Представленные в статье данные позволяют сформировать объективную картину о текущих проблемах и необходимых мерах в сфере повышения эффективности маркетинговой деятельности в современных условиях. В заключении приведены выводы по итогам проведенного исследования.

Ключевые слова: маркетинг, потребители, потребность, спрос, продукт, сбыт, конкуренция, креатив, цифровизация, внешняя и внутренняя среда.

PROBLEMS AND WAYS TO OVERCOME THEM IN THE MARKETING ACTIVITIES OF MODERN ORGANIZATIONS

Klimova A.YU. bachelor's degree of the 2nd year

Supervisor: Kostina O.I., Candidate of Economics, Associate Professor

Abstract. The article considers the current problems of marketing application in the economic activity of modern organizations. The content and significance of marketing in economic activity are described, problems in the implementation of marketing in modern conditions and the most effective ways to overcome them are identified. The data presented in the article make it possible to form an objective picture of current problems and necessary measures in the field of improving the effectiveness of marketing activities in modern conditions. In conclusion, conclusions are given based on the results of the study.

Keywords: marketing, consumers, need, demand, product, sales, competition, creativity, digitalization, external and internal environment.

Актуальность темы статьи обусловлена неоспоримой важностью совершенствования маркетинговой деятельности для достижения успеха и формирования предпосылок устойчивого роста для современных коммерческих организаций. Все организации сталкиваются с проблемой привлечения клиентов, так как успех в любой сфере хозяйственной деятельности основывается именно на репутации и имидже, без которых трудно убедить потенциальных потребителей в целесообразности приобретения продукта организации. В связи с этим привлечение клиентов особенно на первых порах основывается на правильно выстроенной маркетинговой деятельности, которая направлена на информирование потенциальных потребителей о преимуществах товаров или услуг в какой-либо конкретной организации.

Определение товаров и услуг, являющихся наиболее предпочтительными для покупателей и формирование наиболее привлекательного рыночного предложения было бы невозможно без применения основных инструментов маркетинга. При этом в современной литературе особых противоречий по поводу сущности понятия «маркетинговая деятельность» не существует. В качестве типового можно привести формулировку, предложенную Е.П. Голубковым, согласно которой, «маркетинговая деятельность предоставляет меры по использованию инструментов маркетинга для обеспечения эффективности хозяйственной деятельности» [1].

Маркетинг – одна из основ для всех представителей рынка от обычного продавца и до директоров компании и исследователей маркетинга. Этим людям необходимо прекрасно знать, каким образом из всех сегментов рынка определить свой, как описать свой продукт таким образом, чтобы покупатели узнавали и хотели его приобрести. Основная цель маркетинговой деятельности – выявление потребностей покупателей и их удовлетворение наиболее с учётом интересов компании.

Применение маркетинга имеет важное значение для достижения успеха и решения задач как на текущем этапе, так и в долгосрочной перспективе. Поскольку маркетинговый подход в управлении, является важной и перспективной составляющей, которая обусловлена его организую-

щими и координирующими характеристиками, связанными с объединением разных направлений хозяйственной деятельности организации в единый технологический процесс, который в конечном итоге, направлен на удовлетворение потребностей потребителя, на завоевание определенных рыночных позиций, и, конечно, увеличение доходности.

В основе концепции маркетинга лежат следующие базовые понятия: потребность, спрос, продукт, обмен, сделка, рынок (см. рисунок 1). При рыночно ориентированном подходе к управлению все управленческие решения, принимаемые организацией, направляются на выявление, изучение, формирование и удовлетворение спроса. Это позволяет предлагать наиболее востребованный продукт и соответствовать ожиданиям потребителей.

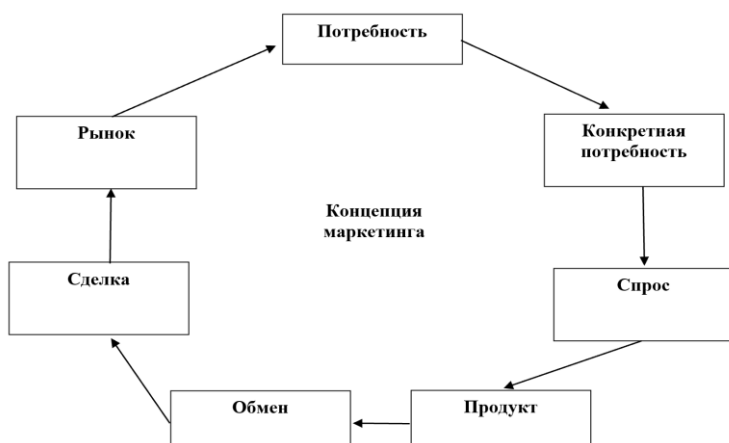


Рисунок 1. Модель концепции маркетинга [2, с. 47]

Итак, согласно данным рисунка 1, концепция маркетинга – это в определенной мере замкнутый круг, во главе которого находятся потребности, которые определяют спрос и формируют предложение на рынке. Каждый раз, когда у потребителя появляется потребность, цикл маркетинга начинается снова и все идет по тому же сценарию. Исходя из этого, формируется необходимость для каждой организации настолько продумать свою маркетинговую стратегию, чтобы потребители с каждым возникновением своих потребностей шли совершать сделки именно с нею.

Следует отметить, что применение маркетинга давно стало обязательным элементом хозяйственной деятельности коммерческой организации. Однако в разные периоды времени, перед организациями возникают все новые проблемы, связанные с возможностью и эффективностью реализации маркетинговой деятельности. Так, сегодня все чаще предприятия ведут борьбу за свою долю на рынке в условиях быстрого изменения вкусов и предпочтений потребителей, обострения конкуренции, повышения

требования к качеству, бума информационно-коммуникационных технологий. Эти новые вызовы усложняются все возрастающими требованиями со стороны общества к необходимости повышения уровня социально-этической ответственности предприятий и учета многочисленных факторов внешней среды.

При этом в настоящее время больше всего предпринимателей беспокоит неопределенность текущей ситуации. В условиях, когда трудно предсказать продолжительность пандемии и введенных против страны западных санкций, резкие изменения в поведении потребителей, просчитывать любые сценарии развития своего бизнеса практически невозможно. Уменьшение объемов заказов, срыв сроков закупок и поставок, парализация каналов сбыта – вот только некоторые проблемы, с которыми столкнулись российские организации в последнее время. Тогда как доходы у многих компаний существенно уменьшились, расходы остались практически неизменными (аренда, коммунальные услуги, оплата труда наемных работников). При этом некоторые предприятия продолжают действовать так, как будто ничего кардинального не произошло и это приводит к быстрому истощению ресурсов и неотвратимости банкротства.

Итак, исходя из вышеизложенного материала, можно сделать вывод, что основная проблематика применения инструментов маркетинга связана как с внутренними, так и с внешними факторами. Обобщив и систематизировав имеющуюся информацию, перечислим основные проблемы реализации маркетинга в хозяйственной деятельности современного предприятия на рисунке 2.

1	• Отсутствие в организации компетентных специалистов
2	• Недостаток в финансовых ресурсах
3	• Отсутствие объективной информации для принятия решений в маркетинговой сфере
4	• Неопределенность текущей ситуации
5	• Недостаточное применение средств цифровизации и цифровых каналов
6	• Ухудшение рыночной конъюнктуры

Рисунок 2. Основные проблемы реализации маркетинга в хозяйственной деятельности современного предприятия

Итак, помимо стандартных проблем, в настоящее время применение маркетинга в хозяйственной деятельности современных российских организаций усложняется необходимостью адаптации управленческих решений к кризисной ситуации в экономической сфере и важностью обрабатывать все большие объемы информации.

Опыт ведущих зарубежных и российских компаний показывает, что проблемы имеют место, когда нестандартные, редкие ситуации со значительной долей неопределенности исхода рассматриваются как обыденные и мышление руководящих лиц не выходит за привычные рамки. В кризисных условиях необходимо буквально заново запускать свой бизнес, забыв про весь свой предыдущий опыт и прошлые модели поведения. Если попытаться применять лучшие практики из прошлого опыта к существующей бизнес-модели, вряд ли можно ожидать положительного результата. Сегодня при обсуждении и принятии управленческих решений будет странно и некорректно звучать из уст руководителя отсылка на 15-ти летний опыт работы [3]. И это кардинально изменяет процесс принятия стратегических решений, у кого для таких решений остается смелость и ресурсы.

Анализ эффективных практик как отечественных, так и зарубежных предприятий, позволяет выделить ряд мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности, среди которых наиболее распространенными являются следующие:

- регулярное исследование потребительских предпочтений как базы для принятия решений в маркетинговой сфере;
- автоматизация и цифровизация сбора и обработки маркетинговых данных;
- регулярное проведение дополнительного обучения и повышение компетентности маркетологов;
- расширение применения средств цифровизации при изучении потребительского спроса и продвижении продукции;
- тщательное планирование маркетинговой деятельности с учетом динамичного изменения всех факторов влияния;
- реализация творческих и креативных подходов при формировании маркетинговой концепции и продвижении продукции.

Процесс управления маркетингом в современной организации достаточно эластичен на практике. Но все его элементы тесно взаимосвязаны. С целью решения имеющихся проблем при управлении маркетингом на предприятии необходимо уделять должное внимание всем компонентам повышения его эффективности. Исключение хотя бы одного из них приведет к нарушению целостности процесса и снижению итогового результата.

Таким образом, маркетинг является важной частью деятельности современных организаций всех сфер деятельности. Определение продукта, являющегося наиболее предпочтительными для покупателей (клиентов) и формирование наиболее привлекательного рыночного предложения невозможно без применения инструментов маркетинга. Применение маркетинга в деятельности современных организаций сталкивается с рядом эффективных проблем, вызванных факторами как внешней, так и внутренней среды. Очередной кризис сформировал необходимость переосмысления

привычных стандартов и отказа от устоявшихся шаблонов применения маркетинга в хозяйственной деятельности. В связи с этим владельцы бизнеса и руководители высшего уровня должны стать более гибкими, способными адаптироваться к нестандартным ситуациям, вовремя принимая уникальные решения и используя новейшие технологии для повышения эффективности маркетинговой деятельности с целью обеспечения устойчивого роста организации на занимаемом рынке.

Библиографический список

1. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов / Е.П. Голубков. – М.: Юрайт, 2019. – 474 с.
2. Григорьев, М. Н. Маркетинг: учебник для вузов / М.Н. Григорьев. – М.: Юрайт, 2021. – 559 с.
3. Пархименко, В.А. Цифровая трансформация в маркетинговой деятельности: от автоматизации к алгоритмическому маркетингу / В.А. Пархименко и др. // Big Data and Advanced Analytics. – 2020. – № 6-1. – С. 303-318.

УДК 338.1

ЦИФРОВИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Коваленков В.В. магистрант 2-го курса

Научный руководитель: Солярник М.А. к.э.н., доцент

Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация Пандемия COVID-19 стала ключевым событием, изменившим нашу жизнь. Предприятиям пришлось изменить свою повседневную деятельность, и работа из дома стала нормой. Почти каждый, кто работает из дома, должен использовать тот или иной тип цифровых технологий. Можно сказать, что деловая активность и бизнес-модели претерпели некоторую цифровую трансформацию из-за пандемии COVID-19.

Ключевые слова: цифровизация; цифровая трансформация в связи с пандемией; устойчивая цифровизация

DIGITALIZATION OF MARKETING ACTIVITIES IN THE CONTEXT OF A PANDEMIC

Kovalenkov V.V. master's student of the 2nd year

Supervisor: Solyarik M.A., Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation The COVID-19 pandemic has become a key event that has changed our lives. Businesses have had to change their daily activities, and working from home has become the norm. Almost everyone who works from home has to use some type of digital technology. It can be said that business activity and business models have undergone some digital transformation due to the COVID-19 pandemic.

Keywords: digitalization; digital transformation in connection with the pandemic; sustainable digitalization

Начало 2020 года ознаменовалось вспышкой пандемии COVID-19. Это респираторное заболевание начало распространяться по всему миру. Нам пришлось изолировать себя и сократить почти всю нашу социальную и экономическую деятельность на неопределенный срок. В результате большинство стран прибегли к жестким ограничениям и закрытиям. Почти вся деловая деятельность в нескольких секторах была приостановлена, и миллионы людей потеряли работу [1]. Вспышка COVID-19 вызвала значительные изменения в том, как работают предприятия. Им пришлось переосмыслить ключевые элементы их бизнес-процессов и использование технологий для поддержания операций. Им также пришлось пересмотреть свою работу и роль своих офисов в создании безопасной, продуктивной и приятной рабочей среды [2,3].

Дизайн будущего рабочего места после пандемии COVID-19 пока неизвестен, но он неизбежно будет более инклюзивным и продвинутым с учетом потребностей сотрудников и компаний. Одно можно сказать наверняка: создание цифровой стратегии и поддержка удаленной работы будут иметь важное значение. Изменения будут заметны в различных видах деятельности бизнеса' внутренние процессы. Например, если мы говорим об управлении талантами, которое, как процесс, направлено не только на привлечение талантов, но и на развитие их навыков и знаний и, таким образом, постоянно улучшает их производительность и производительность всей организации, компании должны рассмотреть, может ли личный наставник выполнять свою работу в том же путь онлайн [4,5].

Исследования, направленные на отделение работы от помещений работодателя, и их последствия относятся к прошлому столетию. Такие авторы, как Джек Найлс и Аллан Тоффлер, предсказывали перенос работы на дом сотрудников, главным образом из-за возможности выполнения работы из дома с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) [6]. Идея работы из дома с использованием ИКТ была выдвинута еще в 1990-х годах калифорнийскими компаниями, такими как Yahoo, под названием "удаленная работа" или "удаленная работа". Персональные компьютеры и стационарные телефоны заменили долгие часы поездок на работу из дома в офис. Это можно рассматривать как первое поколение телеработы. Ноутбуки, мобильные устройства и мобильные телефоны позволяли работать из других мест, кроме дома или офиса. Быстрое использование Интернета и уменьшение размеров транзисторов привели к разработке новых ИКТ (например, смартфонов, планшетов). Небольшие и более дешевые устройства, такие как смартфоны и планшеты, а также онлайн-сеть Интернета позволяли сотрудникам оставаться на связи со своими коллегами в любое время и в любом месте [7].

Удаленная работа - это разновидность гибкого рабочего графика. Это работа, выполняемая вне традиционной офисной среды, выполняемая людьми, которые могут быть полностью удаленными, выполнять гибкую работу или быть фрилансерами [8,9]:

- Полностью удаленные сотрудники - это сотрудники, которые работают как наемные работники, которые обычно работают из дома полный или неполный рабочий день в одной компании с традиционной рабочей средой.

- Гибкая работа - это тип работы, который обеспечивает некоторую гибкость. Сотрудники с гибкой работой обычно работают в обычном офисе, но у них есть возможность работать из дома (например, не реже одного раза в неделю).

- Фрилансер - это тип удаленного работника или удаленного предпринимателя, который обычно предоставляет какие-то услуги.

Удаленная работа может рассматриваться как выгодная как для работодателей, так и для работников по ряду причин. Для сотрудников это потенциально может улучшить баланс между работой и личной жизнью и сократить время, затрачиваемое на поездки на работу. Это также может привести к сокращению трафика и заторов, снижению загрязнения окружающей среды и снижению энергопотребления офисов. Это также может создать новые рабочие места и привлечь или удержать квалифицированный персонал.

Для работодателей одним из главных преимуществ работы на дому является, в частности, экономия затрат. Компаниям не нужно платить за электроэнергию, отопление, охлаждение, техническое обслуживание зданий, охрану и ремонт. Значительное сокращение также наблюдается в расходах, связанных с технологической инфраструктурой (телефонией и Интернетом) в зданиях, в которых компании осуществляют свою деловую деятельность. Дополнительная экономия заключается в затратах на рабочую силу (сверхурочная работа, работа в праздничные дни), которые в противном случае им пришлось бы платить.

С другой стороны, работа на дому также может иметь определенные недостатки и создавать проблемы для работодателей и работников. Важно проводить различие между личной и профессиональной жизнью. При удаленной работе сотрудникам может мешать уход за детьми или домашнее хозяйство, в котором они живут. Одним из недостатков работы из дома является возможность отвлечения внимания в домашней обстановке, что может привести к откладыванию выполнения задач. Социальная дистанция — отсутствие социального контакта с коллегами - и меньшие финансовые выгоды могут восприниматься сотрудниками как другие недостатки работы из дома [7,10].

Работа на дому стала значительным явлением, и ее значение растет, особенно во времена пандемии. По данным Евростата, до пандемии уда-

ленную работу выполняли примерно 3% работников в России. В течение 2019 и 2020 годов доля занятых лиц, обычно работающих на дому, увеличилась с 3,7% до 5,7%. Аналогичное развитие можно наблюдать в соседних странах, таких как Чешская Республика, Венгрия, Польша и Австрия [11]. Респонденты по всему миру в 2020 году заявили, что 56% из них работают удаленно менее года. Многим сотрудникам по всему миру пришлось выполнять работу в домашнем офисе из-за пандемии COVID-19. В результате этих обстоятельств многие из этих сотрудников в настоящее время идентифицируются как удаленные работники [12]. В течение последних десяти лет удаленная работа медленно росла. С момента начала пандемии работа из дома стала нормой для миллионов работников в Европейском союзе и во всем мире. Необходимость работать из дома является ключевым фактором цифровой трансформации в прошлом году. Изменения в рабочей среде в различных компаниях происходят беспрецедентными темпами. С развитием цифровых технологий классическая система ведения бизнеса была нарушена, и многим компаниям приходится реагировать на эти изменения.

По мере изменения бизнес-процессов меняются и бизнес-модели. Исследования Батоккио, Минатогавы, Анхолона [10] и Сальгадо, Масиэля [8] указывают на взаимосвязь методов стратегического управления, которые помогают лучше понять изменения в бизнес-моделях, вызванные цифровыми технологиями. Исследования носят теоретический характер и не применяются к конкретному случаю. Поэтому изменения, вызванные цифровой трансформацией (в результате продолжающейся пандемии), должны быть проанализированы путем увязки выбранных методов стратегического управления.

В ходе обзора литературы в различных исследованиях, посвященных изучению последствий использования цифровых технологий, мы встречаемся с терминами оцифровка, цифровизация и цифровая трансформация. Оцифровка и оцифровка - визуально схожие термины, которые тесно связаны и часто используются взаимозаменяемо [9]. Согласно глоссарию Gartner, оцифровка - это процесс преобразования аналоговых данных в цифровую форму нулей и единиц. Оцифровка требует аналогового процесса и превращает его в цифровую форму без каких-либо других изменений в самом процессе [10].

Переход от аналоговых электронных технологий к цифровым технологиям является движущей силой сегодняшней цифровой революции. В 1986 году 99,2% мировых хранилищ данных были аналоговыми. К 2007 году 94% мировых хранилищ информации было оцифровано. Исходя из этих фактов, мы можем сказать, что данные, которые являются частью бизнес-процессов, часто обрабатываются с помощью передовых цифровых технологий. Это приводит к фундаментальным изменениям в бизнес-процессах [9]. Для обозначения этих изменений мы используем термин

"цифровизация". Согласно Глоссарию Gartner, цифровизация - это использование цифровых технологий, которые меняют бизнес-модель и предоставляют новые возможности для получения дохода и создания ценности.

Процесс цифровизации переводит классический бизнес в цифровой бизнес или бизнес, который использует цифровые технологии с высокой интенсивностью [3]. Цифровизация состоит из трех различных этапов. На первом этапе автоматизируются отдельные операции или процессы. На втором этапе связанные процессы автоматизируются и объединяются вместе. На третьем — самом сложном — этапе множество систем, поддерживающих бизнес-процессы и информационные потоки, интегрируются в различные системы управления предприятием [5]. Еще одним важным понятием, которое тесно связано с использованием цифровых технологий, является цифровая трансформация. Оцифровка в основном затрагивает один вид деятельности или его часть, где его аналоговая форма меняется на цифровую. Цифровизация, с другой стороны, требует оцифровки нескольких видов деятельности, но не приводит полностью к цифровой трансформации всей компании [7].

Если говорить о цифровой трансформации компании, то необходимо реализовать несколько проектов по цифровизации. Под проектами цифровизации мы понимаем интеграцию цифровых технологий во все сферы бизнеса. Во многих случаях это означает улучшение существующих и создание новых бизнес-процессов и новых бизнес-моделей, которые обеспечивают большую ценность для клиентов. Это изменение может быть достигнуто путем создания новых бизнес-моделей, которые определяют способ, которым организация обеспечивает ценность для своих клиентов [9].

Цифровая трансформация относится к стратегической трансформации бизнеса, которая, по своей сути, ориентирована на клиента и в равной степени требует организационных и культурных изменений наряду с внедрением цифровых технологий. Изменения в организации привели к взаимосвязи людей и цифровых технологий, создавая определенную социально-техническую систему (STS), где интеграция цифровых технологий в социальные системы представляет собой еще один эволюционный шаг общества и, следовательно, способов ведения бизнеса. Создание STSS приводит к созданию социальных сетей, которые обладают гораздо большим потенциалом производительности, чем социальные сети, созданные без цифровых технологий [10].

Можно сказать, что мы оцифровываем информацию, оцифровываем процессы и роли, которые составляют деятельность компании, и преобразуем компанию и ее стратегию в цифровую форму. Оцифровка и цифровизация связаны с технологией; цифровая трансформация связана с потребителем [1]. Ориентацию на клиента можно резюмировать как ориентированную на клиента адаптацию бизнес-стратегий, операционных настроек и технологического комплекса компании [7]. Чтобы полностью реализовать

потенциал цифровой трансформации, организациям необходимо измерять улучшения производительности по ключевым показателям эффективности (KPI). Важность и использование ключевых показателей эффективности могут отличаться на разных этапах цифровой трансформации [2]. Организационные изменения, вызванные цифровой трансформацией, могут привести к повышению производительности. Культурные изменения представляют собой сдвиг в сторону более гибких и интеллектуальных способов ведения бизнеса, основанных на использовании цифровых технологий, таких как передовые программные аналитические инструменты и искусственный интеллект (ИИ) [4].

Усилия компаний по цифровой трансформации в значительной степени начались и становятся все шире и глубже. Ожидается, что к 2023 году на долю организаций, преобразованных в цифровую форму, будет приходиться более половины мирового ВВП [9].

Также важно знать адаптацию населения к изменениям, вызванным цифровой трансформацией. Долгосрочное картирование использования цифровых технологий гражданами Словакии показало, что доля людей, которые знают, как использовать цифровые технологии, но с определенными проблемами, не увеличивается. Напротив, доля тех, кто заявляет, что работает с цифровыми технологиями, медленно растет. Такие изменения следует рассматривать, в частности, в связи с возросшим внешним давлением общества на цифровые навыки. Многие сотрудники обеспокоены тем, как цифровая трансформация повлияет на их работу, если у них нет нужных цифровых навыков. [5] Из-за растущего объема информации в Интернете и растущей зависимости людей от информации цифровые навыки следует рассматривать как жизненно важный ресурс в современном обществе [6]. Цифровая трансформация требует времени, и рабочая сила может чувствовать себя “в тени” новых технологий. Модернизация на рабочем месте, карьерный рост и изменения в классификации должностей являются причинами, по которым сотрудники должны адаптироваться к современным технологиям [5]. Можно сказать, что появление цифровых технологий, цифровых платформ и цифровых инфраструктур значительно трансформировало инновации и предпринимательство [7]. Цифровые технологии предоставляют больше информации, больше вычислений, коммуникаций и возможностей подключения; следовательно, они позволяют создавать новые формы сотрудничества [10].

Пандемия COVID-19 повлекла за собой значительные изменения в STS и в том, как работают организации [1]. Во время пандемии люди не работают с цифровыми технологиями на рабочем месте, а используют их удаленно из дома. Цифровые технологии позволили продолжить работу, несмотря на строгие меры и ограничения в обществе. Они помогли смягчить экономические последствия пандемии для экономики. Многие компании, используя цифровые технологии, адаптировались и преодолели

сложившуюся ситуацию и облегчили работу сотрудникам. Они позволили людям в любое время связаться с друзьями, семьей, коллегами или начальством [4].

Цифровая трансформация - это смена парадигмы, которая фундаментально укрепляет методы ведения бизнеса компаниями и поддерживает их конкурентоспособность и отношения с клиентами. Во всех отраслях вопрос заключается не в том, произойдут ли сбои, а в том, когда и как [6]. Согласно опросу Microsoft, который касался финансовых услуг, респонденты заявили, что цифровая трансформация - это возможность для роста, а не угроза. Наиболее распространенными мотивами для внедрения цифровых технологий были привлечение новых клиентов, снижение общих затрат, повышение удовлетворенности клиентов, улучшение качества продуктов и услуг и разработка новых. Благодаря новым технологиям большинство организаций либо создали группы по цифровому вторжению, либо находятся в процессе их внедрения. Действительно, 34% учреждений финансового сектора имеют специализированную команду по цифровой трансформации, а 19% не имеют, но в настоящее время создают ее. Сектор финансовых услуг очень конкурентоспособен, и клиенты становятся все более требовательными, поэтому технологии являются средством большей гибкости, которое помогает поддерживать конкурентоспособные цены [8].

Пандемия, начавшаяся почти два года назад, и связанная с ней цифровая трансформация затронули различные сферы нашей повседневной жизни. То же самое относится ко всем предприятиям и, в частности, к предприятиям, работающим в финансовом секторе. В целом, последствия пандемии и цифровой трансформации не так легко поддаются количественной оценке, и необходимо понимать изменения, которые были вызваны этими явлениями. Верно и то, что изменения, вызванные цифровой трансформацией в финансовом секторе, стоят за появлением безбумажного банковского обслуживания. Когда банки в финансовом секторе преобразуются в цифровую форму и работают безбумажно, они обеспечивают долгосрочную устойчивость экологически чистого банковского дела. Поэтому цель этой статьи - продемонстрировать изменения, вызванные пандемией COVID-19, которая вызвала цифровую трансформацию бизнеса. Изменения касаются бизнес-моделей. Эффективность бизнес-моделей должны быть измерены и оценены.

Хотя уже существует несколько технологий для поддержки перехода организаций на цифровые технологии в отношении работы, лидерства и делового взаимодействия, предложение довольно сложное и будет существенно расширяться. Например, для функций маркетинга и продаж цифровые возможности в таких областях, как виртуальные офисы, видеоконференции, обмен сообщениями и чаты, управление проектами, совместный дизайн, продажи, взаимодействие с клиентами и аналитика, могут действительно облегчить совместные усилия по привлечению и обслужива-

нию клиентов. Тем не менее, это означает, что организации глубоко переосмысливают свою культуру, структуру, процессы и модели компетенций для улучшения взаимодействия с цифровыми технологиями и с различными заинтересованными сторонами.

Библиографический список

- 1 Kaushik, M.; Guleria, N. The Impact of Pandemic COVID-19 in Workplace. Eur. J. Bus. Manag. 2020, 12, 9–18. [CrossRef]
2. Bennett, R.A. Year Into the COVID-19 Pandemic: What Have We Learned About Workplaces and What Does the Future Hold? The National Law Review, 16 March 2021; 75.
3. Dwivedi, Y.K.; Hughes, D.L.; Coombs, C.; Constantiou, I.; Duan, Y.; Edwards, J.S.; Gupta, B.; Lal, B.; Misra, S.; Prashant, P.; et al. Impact of COVID-19 pandemic on information management research and practice: Transforming education, work and life. Int. J. Inf. Manag. 2020, 55, 102211. [CrossRef]
4. Singh, A. Work Life Balance During Covid Pandemic. TURCOMAT 2021, 12, 516–520. [CrossRef]
5. Ancillo, A.; del Val Núñez, M.; Gavrilă, S. Workplace change within the COVID-19 context: A grounded theory approach. Econ. Res. Ekon. Istraž. 2020, 34, 2297–2316. [CrossRef]
6. Nilles, J.M. Traffic reduction by telecommuting: A status review and selected bibliography. Econ. Res. Ekon. Istraž. 1988, 34, 2297–2316. [CrossRef]
7. Messenger, J.C.; Gschwind, L. Three generations of Telework: New ICTs and the (R)evolution from Home Office to Virtual Office. New Technol. Work Employ. 2016, 31, 195–208. [CrossRef]
8. Remote Work—Gartner Glossary. Available online: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/remotework> (accessed on 14 September 2021).
9. Neeley, T. Remote Work Revolution, 1st ed.; HarperCollins Publishers: New York, NY, USA, 2021; pp. 40–58.
10. Eurofound. Working Anytime, Anywhere: The Effects on the World of Work. Available online: https://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_publication/field_ef_document/ef1658en.pdf (accessed on 5 August 2021).
11. Eurostat. Employed Persons Working from Home as a Percentage of the Total Employment, by Sex, Age and Professional Status (%). Available online: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/lfsa_ehomp/default/table?lang=en (accessed on 5 August 2021).

УДК 658.5.011

ПРОБЛЕМЫ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В КИТАЕ

Ли Сяньбо бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Ибрагимова З.Ф., к.э.н., доцент
Бакирский государственный университет, Уфа*

Аннотация. В работе раскрыты проблемы, препятствующие развитию онлайн-торговли в Китае. Также предложены меры по обеспечению дальнейшего развития электронной коммерции в стране.

Ключевые слова: онлайн-бизнес, электронные платежи, интернет-магазин.

PROBLEMS OF E-COMMERCE IN CHINA

Li Xianbo 4th year Bachelor

*Supervisor: Z.F. Ibragimova., Candidate of Economics, Associate Professor
Bashkir State University, Ufa*

Abstract. The paper reveals the problems hindering the development of online commerce in China. Measures are also proposed to ensure the further development of e-commerce in the country.

Key words: online business, electronic payments, online store.

За последние несколько лет индустрия электронной коммерции Китая продемонстрировала рост выше среднего. В 2019 году валовой объем продаж онлайн-покупок составил около 9,9 трлн юаней. Количество онлайн-покупателей в Китае в 2020 году превысило отметку в 700 миллионов, что составляет более половины его населения.

Важной целевой группой бурно развивающегося сектора электронной коммерции Китая является сегмент мобильных пользователей. На сегодняшний день Китай занимает первое место в развитии мобильной коммерции. Для многих китайских потребителей смартфоны стали заменять компьютеры. Чтобы не отставать от потребительского спроса, многие крупные китайские интернет-магазины разработали собственные мобильные приложения. Объем рынка мобильной электронной коммерции в Китае в 2017 году достиг примерно 5,1 трлн юаней, что на процент больше, чем в предыдущем году.

Еще одним фактором, быстро используемым китайской индустрией электронной коммерции, является присутствие в социальных сетях. Китайские потребители в значительной степени полагаются на друзей и группы сверстников для получения информации о покупках. Поэтому социальные сети приобрели большое значение для развития электронной коммерции. По состоянию на первый квартал 2020 года сайт социальной коммерции Pinduoduo насчитывал более 487 миллионов активных пользователей в месяц [3].

В последние годы из-за воздействия новой коронавирусной инфекции (Covid-19) многие люди были ограничены в выезде за границу, а также значительно выросли цены на авиабилеты. В такой ситуации активное развитие сферы онлайн бизнеса решила многие проблемы для продавцов из Китая. Однако даже на сегодняшний день все еще существует множество проблем, связанных с онлайн-торговлей в стране:

1. Отсутствие талантов в сфере онлайн бизнеса. Молодые люди с высшим образованием часто не соглашаются на работу в онлайн бизнесе, считая ее не стабильной. А те, у кого низкий уровень образования, не вла-

деют иностранными языками, чтобы общаться с иностранцами и не имеют навыков для работы в онлайн бизнесе.

2. Слабая развитость цифровизации малого и среднего бизнеса. В малых и средних предприятиях уровень развития онлайн бизнеса отстает по сравнению с крупными предприятиями. Согласно статистике, только около 9% малого и среднего бизнеса внедрили электронную оплату. На крупных предприятиях доля покупок и продаж через электронную оплату достигла 30% и 27% соответственно. Кроме того, в Китае, малые и средние предприятия более склонны к традиционной форме торговли и часто не хотят уделять большее внимание электронной оплате. Некоторые малые и средние предприятия хотят расширить внедрение электронной оплаты, но не понимают, как это работает.

3. Недостаточная модернизация предприятий. Отсутствие развития и модернизации китайских предприятий напрямую влияет на инфраструктуру электронной оплаты. Равнодушие к нововведениям серьезно влияет на скорость продвижения онлайн бизнеса в Китае.

4. Работа кредитной системы не идеальна. Развитие онлайн-бизнеса требует усиления надзора за контрактами при электронной торговле, чтобы уменьшить или устранить риски всех сторон в онлайн-транзакциях [2].

5. Недостаточно развитая информационная среда и недостаточно проработанное законодательство. Хотя количество пользователей Интернет в Китае продолжает расти, количество людей, совершающих онлайн покупки, составляет лишь малую часть пользователей сети Интернет. Причина в том, что много нарушений в обеспечении качества источников снабжения, есть проблемы с качеством продукции и сервисным обслуживанием, и в то же время нет уверенности в сохранности средств на счете. Безопасность является наиболее тревожной проблемой для предприятий, использующих электронную оплату. В целом, с развитием экономической интеграции в мире, китайская электронная торговля также претерпела положительные изменения. Например, развивается семимильными шагами новое поколение сетевых информационных технологий, ускоряется процесс «интеграции трех сетей», совершенствуется профессиональная система обслуживания электронной оплаты и мобильных приложений для ее совершения.

6. Неэффективный надзор за виртуальными рынками. Основные проблемы в этом отношении включают управление информацией о продуктах в Интернете, регулирование транзакционных услуг и защиту прав и интересов потребителей.

7. Система материально-технического обеспечения все еще нуждается в совершенствовании. В Китае уровень управления логистикой все еще низок, а современная логистическая отрасль недостаточно развита. Многие территории на северо-западе и юго-западе Китая недоступны для доставки или требуют дополнительного финансирования.

8. Соотношение цены за единицу товара и стоимости доставки. Сложной задачей является снижение стоимости доставки. Согласно опросу китайских трансграничных компаний электронной коммерции, проведенному в 2020 году, почти 53 процента опрошенных компаний пострадали от роста стоимости доставки во время вспышки коронавируса. Прерывание логистики и отмена заказов были еще двумя серьезными проблемами, с которыми столкнулись эти компании [4].

9. Управление взаимоотношениями с поставщиками. Электронная почта не может решить все вопросы взаимоотношения между всеми сторонами сделки.

Для решения рассмотренных проблем можно предложить следующие меры:

1. Подготовить условия для повсеместного внедрения инноваций. Для этого различные ведомства и местные органы власти должны последовательно подготовить и реализовать соответствующие правовые гарантии, которые будут содействовать развитию онлайн-бизнеса. Например, с принятием Закона «об электронной подписи» правительство оказало сильную поддержку малым и средним предприятиям в Китае.

2. Обеспечить и дальнейшее устойчивое развитие экономики Китая. Темпы макроэкономического развития Китая хорошие, что создает благоприятную среду для развития онлайн-бизнеса в стране. Кроме того, на протяжении многих лет объем транзакций с использованием цифровых платежей неуклонно растет. В частности, предприятия все больше участвуют в электронной торговле, постоянно разрабатывая новые модели маркетинга, что также способствует развитию онлайн-бизнеса.

3. Обеспечить повсеместный переход к электронным платежам. Поддержка и поощрение со стороны правительства электронных платежей будут способствовать более активному развитию электронной коммерции в стране.

4. Необходимо перенять успешный опыт стран, добившихся успехов в области онлайн-бизнеса. Кроме того, следует провести мероприятия, направленные на повышение уровня общественного признания электронных форм оплаты.

5. Преодолеть технические ограничения и усилить обеспечение высококлассными специалистами. Необходимо предпринять усилия для решения возникших технических проблем, усилить навыки и знания сотрудников по некоторым ключевым техническим вопросам [1].

6. Необходимо дальнейшее совершенствование законов об электронной оплате и издание единых правил торговли при совершении электронной оплаты.

7. В целях развития онлайн-бизнеса и расширения онлайн-оплаты, а также для защиты прав интеллектуальной собственности необходимо укреплять международное сотрудничество.

Таким образом, электронная коммерция в Китае развивается очень активно. Однако, по сравнению с развитыми странами, ее уровень развития недостаточен.

Библиографический список

1. Ян Ю. Современное состояние человеческого капитала в Китае // Экономика и управление: теория, методология, практика. сборник материалов XVI Международной научно-практической конференции. Уфа, 2021. С. 268-271.
2. China Satellite Communications [Электронный ресурс]. URL: <http://www.chinasatcom.com>
3. Gross merchandise volume of China's e-commerce market from 2011 to 2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/1129543/china-e-commerce-market-gross-merchandise-volume/>
4. Major problems facing Chinese cross-border e-commerce companies during the coronavirus outbreak in 2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/1209540/china-major-issues-facing-cross-border-e-commerce-companies-during-covid-19/#:~:text=According%20to%20a%20survey%20conducted,major%20issues%20facing%20these%20companies>

УДК 338

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Николаев А.Р. бакалавр 4-го курса

Научный руководитель: Губанова Е.В., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В работе представлена характеристика процесса организации маркетинга в деятельности организации. В современных реалиях маркетинговая деятельность компании является определяющим компонентом менеджмента, формирующим потенциал роста стоимости компании.

Ключевые слова: маркетинг, инструмент, эффективность, цена, продукт.

MARKETING ACTIVITIES OF THE ORGANIZATION

Nikolaev A.R. Bachelor of the 4th year

Supervisor: Gubanova E.V., Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The paper presents the characteristics of the marketing organization process in the organization's activities. In modern realities, the marketing activity of a company is a defining component of management, forming the potential for the growth of the company's value.

Keywords: marketing, tool, efficiency, price, product.

Маркетинг — одна из ведущих областей хозяйственного управления; деятельность предприятия, включающая изучение, создание, воспроизводство и удовлетворение спроса конечных потребителей, их потребностей в товарах и услугах с целью получения прибыли. Основные цели маркетинга

— достижение максимальной потребительской удовлетворенности, достижение максимально высокого потребления и предоставление потребителям максимально широкого выбора [1, 5].

В работе рассмотрена деятельность коммерческой организации, которая является надежным помощником в вопросах, связанных с монтажом газоснабжения, канализации и водопроводных систем в Калуге и области. Она занимается не только монтажными работами, но и предоставляет услуги по решению смежных задач. В частности, производит топографическую съемку местности для инженерных изысканий и обеспечивает оформление разрешительных документов. Многолетний опыт позволяет организации гарантировать бесперебойную работу инженерных систем даже на самых сложных участках в промышленной зоне и в частном секторе.

Маркетинговая деятельность любого предприятия состоит из 4Р. Это такие элементы как продукт, стоимость, место реализации (каналы сбыта), продвижение (таблица 1).

Собственно ассортимент услуг достаточно широк и включает в себя газификацию, подключение дома к воде, подключение к канализации, осуществление топографии. Компания может предоставить осуществить подключение под ключ, либо выполнить ограниченный перечень действий по соответствующему направлению.

Таблица 1. Маркетинг-микс 4Р

Product – продукт	Price – цена
Значительный перечень позиций	Метод «Себестоимость+» Наценка 20% на себестоимость Скидки для крупных постоянных клиентов
Place – место	Promotion – продвижение
Сбыт услуг происходит в офисе компании	Официальный сайт компании Социальные группы Реклама в деловых изданиях, на билбордах Участие в профессиональных выставках

Основное направление – это газоснабжение. Предприятие взаимодействует как на рынке b2b, так и рынке b2c.

Что касается продвижения, используется сайт компании, социальные группы, реклама в деловых профессиональных изданиях, а также менеджмент предприятия принимает участие в различных профессиональных выставках.

Еще одним элементом комплекса маркетинга является ценообразование [2]. Процесс состоит из двух этапов – расчет (калькуляция) себестоимости услуги и включение в цену определенной прибыли (таблица 2).

Таблица 2. Калькуляция на примере клиента газификации дома для клиента

Показатели	Сумма, тыс. руб.
1. Сырье и материалы	31,4
2. Топливо и энергия	9,6
3. Зарплата производственных рабочих	70,8
4. Отчисления на социальные нужды	21,2
5. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	3,1
6. Общепроизводственные расходы	63,5
7. Общехозяйственные расходы	38,07
8. Внепроизводственные (коммерческие) расходы	12,31
Полная себестоимость продукции	250
Наценка, 20%	50
Конечная цена без НДС	300
Конечная цена	360

Конечно, компания ориентируется на цены конкурентов, однако в рамках системы ценообразования основную роль играют именно выполнимые затраты. После этого, как показано в таблице, начисляется наценка в размере 20 % и налог на добавленную стоимость. В конечном счете, это определяет цену для розничного или оптового покупателя (например, предпринимателя, который занят строительством жилой и другой недвижимости).

Кроме системы ценообразования, на предприятии применяются другие механизмы, влияющие на цену, а именно наличные скидки для крупных клиентов. Такие покупатели могут получить цену на 5 % ниже, чем при заказе незначительного объема услуг.

В качестве коммуникационных направлений выделены следующие (рис. 1).



Рисунок 1. Текущие коммуникационные направления организации

Что касается продвижения, то предприятие принимает участие в различных мероприятиях и выставках, например, в этом году проходила выставка GasSUF 2021 - международная специализированная выставка газобаллонного, газозаправочного оборудования и техники на газомоторном

топливе. Также представители компании посетили форум «Транспорт на газомоторном топливе»:

- Формирование рынка сжиженного природного газа в качестве моторного топлива,
- Реализация СПГ потенциала в России,
- Расширение газозаправочной инфраструктуры,
- Увеличение парка транспорта и техники на ГМТ,
- Переоборудование и эксплуатация транспорта на газомоторном топливе.

На этой выставке менеджмент организации встретился с профессиональными участниками рынка. Сотрудники ознакомились с инновациями и лучшими практиками, которые характерны для других предприятий. Также проходили встречи с потенциальными покупателями, незначительная часть которых стала реальными покупателями.

Всего на организацию и участие в выставке (издержки предприятия без учета расходов других участников) было израсходовано 127 750 руб. Наибольшая часть этих средств направлена на аренду площади в помещении выставки. На втором месте наиболее ощутимой статьей расходов из списка является проживание и питание: гостиница, завтраки, обеды и ужины, особенно финальный ужин (таблица 3).

Таблица 3. Анализ затрат организации на участие в выставке GasSUF 2021 в 2021 году

Наименование	Сумма, руб.	Доля, %
Аренда площади 12кв.м (3м*4м)	48000	37,57
Проживание в отеле + завтраки	8400	6,58
Стенд (металл, электроды-1840, краска, грунтовка-700, плита подиум-740, работа-2600, трансп-160)	6500	5,09
Флаер (приглашения)	780	0,61
Баннер (печать на виниле - стены), мебель, телевизор, стол	0 (остались с предыд. года)	0
Фурнитура, крепление мебель	200	0,16
Пакет с логотипом 300 шт.	2300	1,8
Ковровое покрытие, искусственная трава, ткань	3400	2,66
Ящики	395	0,31
Кофе, чай, сахар, вода, стаканы	1300	1,02
Грузовые перевозки (стенд)	1700	1,33
Печенье, конфеты, коньяк	1900	1,49
Обеды, ужины	8400	6,58
Декор – ваза, цветы, мольберты, бейджи	1200	0,94
Расходные материалы – скотч, скотч двустор. и т.п	400	0,31
Ручки – 300 шт.	3000	2,35
Календарь - 250 шт.	3000	2,35
Каталог А4 – 300 шт.	5000	3,91

Наименование	Сумма, руб.	Доля, %
Каталог А5 – 800 шт.	5500	4,31
Кубарики (листки для заметок) - 150 шт.	1575	1,23
Блокнот – 200 шт.	2800	2,19
Финальный ужин	22000	17,22
Всего	127750	100

Рекламная политика организации в сети Интернет проходит через официальный сайт, который имеет обычную страницу и работает как витрина.

Сайт нацелен на представление услуг предприятия с учетом всего разнообразия. Дополнительная информация, которая может заинтересовать не покупателей, а, к примеру, работников, общественность и т.д. практически отсутствует.

Таким образом, отметим, что компания предоставляет весь спектр услуг по подключению строения к системам газоснабжения, водоснабжения, канализации. Также предоставляются услуги топографии. В процессе формирования цены используется метод «себестоимость+». Продажи происходят в офисе компании. Активно используются коммуникации с клиентами.

Библиографический список

1. Синицына О.Н. Маркетинг: учебное пособие / Синицына О.Н. — М.: КноРус, 2022. — 210 с.
2. Волков И.В., Банников С.А., Губанова Е.В. Новые подходы к ценообразованию в зависимости от объемов реализации продукции // Вестник НГИЭИ. 2021. № 4 (119). С. 71-80.
3. Губанова Е.В., Самошенкова К.А. Методы принятия финансовых решений: Учебная программа. – М.: ООО «ТРП», 2021. – 25 с.
4. Губанова Е.В., Глухова Т.А. Факторы достижения устойчивого (сбалансированного) роста компании // Калужский экономический вестник. 2021. № 2. С. 29-33.

УДК 339.138

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ И ПУТИ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Стукова К.М. бакалавр 3-го курса

*Научный руководитель: Денисова Е.В., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. Статья посвящена актуальной теме совершенствования маркетинговой деятельности на предприятиях. В рамках статьи определены сущность маркетинговой деятельности, ее цели, задачи и основные факторы, влияющие на нее. Особое внимание уделено путям развития и совершенствования маркетинговой деятельности на предприятиях.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговая деятельность, потребители, информация, спрос, внешние факторы, внутренние факторы, развитие.

MARKETING ACTIVITIES AT ENTERPRISES AND WAYS TO IMPROVE IT

Stukova K.M. bachelor's degree of the 3rd year

Supervisor: Denisova E.V. Senior lecturer

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. The article is devoted to the actual topic of improving marketing activities in enterprises. The article defines the essence of marketing activity, its goals, objectives and main factors influencing it. Particular attention is paid to the ways of development and improvement of marketing activities at enterprises.

Keywords: marketing, marketing activity, consumers, information, demand, external factors, internal factors, development.

В современных условиях маркетинговая деятельность действительно является важным показателем сегодняшнего успеха в бизнесе. Если бизнес занимается увеличением своей доли на рынке и увеличением финансовой отдачи, то без маркетинговых мероприятий ему не обойтись.

Термин «маркетинговая деятельность» был введен в экономическую литературу конца 19 — начала 20 веков и подчеркивал роль компаний на рынке. В то время маркетинговая деятельность была связана с реализацией продукции, рынок еще не был полностью освоен, и вся коммерческая маркетинговая деятельность была переложена на функции снабжения и обслуживания.

Со временем подходы к маркетингу изменились. На сегодняшний день существует множество определений маркетинговой деятельности, указывающих на происхождение различных ее аспектов.

По мнению Л. Е. Басковского «...маркетинговая деятельность означает деятельность, обеспечивающую коммерческий успех организации и ее продуктов (услуг) на рынке, где задействованы все основные элементы маркетинга - маркетинговые исследования и сбор информации, планирование ассортимента, продажи и продажи, реклама и стимулирование сбыта» [2].

С точки зрения С.У. Нуралиева «...маркетинговая деятельность предприятия - вид управленческой деятельности, задачей которой является обоснование целевых рынков сбыта, организация эффективных форм продажи готовой продукции, формирование эффективных коммуникаций для максимизации потребностей компании» [3]. Суть маркетинговой деятельности заключается в правильном использовании ресурсов компании в рыночных условиях.

Общеизвестно, что к основным целям любой маркетинговой деятельности относятся:

1. Получение максимальной отдачи от высокой производительности. По мнению некоторых экспертов, целью маркетинга является поддержка и поощрение более эффективного использования товаров, что создает условия для значительного роста производства, занятости и экономики страны. Из-за всего этого правда в том, что люди счастливее, когда покупают и тратят больше.

2. Повышение удовлетворенности клиентов. Цель маркетингового плана – получить удовлетворенность клиентов, а не самый высокий уровень потребления.

3. Предоставление максимально широкого выбора. Одной из основных целей процесса продаж является предложение различных видов товаров и предоставление потребителям чего-то особенного. Этот процесс призван дать возможность потребителю найти товары (услуги), адаптированные к его потребностям. Потребители должны иметь возможность максимально улучшить свою жизнь и тем самым получить большее удовлетворение.

4. Улучшение качества жизни. Многие люди считают, что главная цель системы маркетинга — улучшить «качество жизни». Это понятие включает в себя следующее:

- качество, количество, комплектация, наличие и цена товара;
- изменение климата;
- улучшение культурных условий.

Сторонники такой теории исследуют не только уровень системы прямого маркетинга для удовлетворения потребностей клиентов, но и влияние маркетинговой деятельности компании на природную и культурную среду [1].

Маркетинговые программы включают следующие мероприятия:

- улучшение товаров (услуг) и их разнообразие;
- изучение покупателей, конкурентов и конкуренции;
- создание потребности;
- обеспечение принципов ценообразования;
- совершенствование сети распространения товаров и сбытовых организаций;
- продвижение;
- создание технических служб и расширение различных служб.

Задачи маркетинговой деятельности представлены на рис. 1.

Для любой компании важно иметь систему мониторинга результатов своей маркетинговой деятельности. Эта система должна включать следующие компоненты:

1. планирование;
2. организацию и работу над процессом измерения и оценки результатов маркетинговых усилий и планов;

3. оценку эффективности управления событиями для достижения стратегической и стратегической маркетинговой цели.

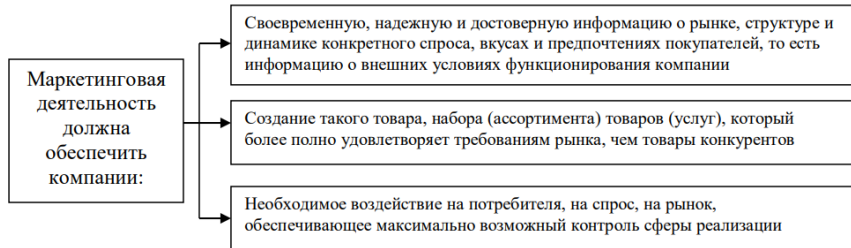


Рисунок 1. Задачи маркетинговой деятельности предприятия

Кроме того, для измерения эффективности маркетинговой деятельности компании используются следующие полезные методы:

1. классификация задолженности на: переменные и постоянные, релевантные и невозвратные;
2. проведение маржинального анализа;
3. анализ торговых эффектов и последствий хозяйственной деятельности;
4. расчет ликвидности и операционного рычага;
5. оценка денежного потока;
6. оценка клиентов [5].

Каждый из этих методов позволяет измерить эффективность и результативность маркетинговой деятельности компании.

Маркетинговая деятельность и ее результаты зависят от множества различных факторов. При этом под вещами понимаются явления, причины, условия и свойства деловой среды, прямо или косвенно влияющие на механизм, форму и детали хозяйственной деятельности. В общем виде они представлены на рисунке 2. Рассмотрим их более подробно.

Условно весь комплекс факторов маркетинговой среды по источнику возникновения инцидентов и отношению к компании можно разделить на две большие группы - внешние и внутренние факторы.

Внешние факторы маркетинговой среды формируются вне бизнес-единицы, в макро- и микросреде. Таким образом, они могут быть представлены внешними и близкими внешними факторами. К макросредовым факторам относятся политическая и правовая среда, экономическая ситуация, демографическая ситуация, социокультурная и физическая и технологическая среда. Факторы микросреды представлены факторами внешней рыночной среды - потребителями, поставщиками, конкурентами, маркетинговыми посредниками и обществом в целом.



Рисунок 2. Факторы маркетинговой деятельности

Внутренняя бизнес-среда создается организацией и, безусловно, является отражением ее активов и организационной власти в финансовой сфере и реализации маркетинговой стратегии. Ключевые элементы внутренней маркетинговой среды включают в себя ряд маркетинговых элементов (продукты, ценообразование, продвижение и маркетинг), а также корпоративную стратегию компании по маркетинговому планированию, реализации и управлению. Среди прочего, сами маркетинговые кампании являются частью этого.

Факторы внутренней маркетинговой среды и внешней микросреды оказывают непосредственное влияние на маркетинговую деятельность компании и ее реализацию. Макромаркетинговые факторы внешней среды, не находящиеся под контролем руководства и контроля компании, косвенно влияют на деятельность компании в области маркетинга [4].

Так или иначе, все эти факторы могут помочь улучшить маркетинговую деятельность компании или помешать ей. Исходя из этого, в зависимости от характера воздействия их делят на положительные и отрицательные. Кроме того, оба могут управляться на коммерческой основе и управляться компанией. Правильное использование менеджмента имеет решающее значение для повышения эффективности маркетинга. Рассмотрим процесс совершенствования подробнее.

Совершенствование маркетинговой деятельности является одной из основных задач для бизнеса. Первым и самым важным является анализ рынка. Внешние и внутренние рынки характеризуются установлением сильных и слабых сторон торговли, преимуществ и недостатков развития.

Соответствующие маркетинговые стратегии формулируются на основе выявления ключевых факторов маркетинговой деятельности, результат действия которых должен повысить эффективность и результативность маркетинговой деятельности, например, улучшить ее качество. Его структура основана на полезном использовании внешней среды, а также усилении внутреннего потенциала для нейтрализации негативных последствий маркетинговой среды.

Маркетинговые стратегии являются комплексными и реалистичными за счет системы планирования и реализации конкретных мероприятий, направленных на улучшение маркетинговой деятельности компании. Важным этапом совершенствования маркетинговой деятельности является контроль реализации комплекса разработанных стратегий и оценка их эффективности.

По сей день финансовая организация обычно различает две ключевые области для улучшения своей маркетинговой деятельности:

- стратегическое развитие;
- тактическое развитие.

Стратегия развития маркетинговой деятельности основана на изменении традиционного подхода к управлению маркетингом. С другой стороны, стратегическое развитие подчеркивает необходимость расширения маркетинговых услуг компании и изменения ее структуры.

Рассмотрены наиболее важные мероприятия, способствующие совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия:

1. Грамотное организационное планирование в управлении бизнесом и, при необходимости, его реструктуризация;
2. Конкретные цели, распределение прав, обязанностей, обязанностей и ответственности в управлении делами;
3. Подбор профессионалов с необходимым опытом, знаниями и практическими навыками;
4. Обеспечение надлежащего взаимодействия рекламных служб с другими службами и подразделениями компании;
5. Обучение, необходимое для эффективной работы сотрудников в широком спектре деловых предприятий [6].

Таким образом, можно сказать, что в основе совершенствования маркетинговой деятельности лежит, с одной стороны, разработка маркетинговых стратегий и стратегий, соответствующих реалиям рынка и внутренней мощи самой организации, а с другой, создание систем корпоративного управления и менеджмента.

Библиографический список

1. Алексунин, В. А. Маркетинг: учебник / В. А. Алексунин. - 6-е изд., стер. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. - 214 с.

2. Басовский, Л. Е. Маркетинг: учебное пособие / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2022. — 233 с.
3. Нуралиев, С. У. Маркетинг: учебник / С.У. Нуралиев. — М.: ИНФРА-М, 2021. — 305 с.
4. Резник, Г. А. Маркетинг: учебное пособие / Г.А. Резник. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2021. — 199 с.
5. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования: учебник / Б. Е. Токарев. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Магистр: ИНФРА-М, 2022. — 512 с.
6. Петров А.В., Романович В.К. Пути развития маркетинговых технологий по продвижению продукции в сети интернет // Экономика и бизнес: теория и практика. - 2021. - №3-2. С. 115-117.

УДК 339.13

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

Филенко Д.Р. бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Ибрагимова З.Ф., к.э.н., доцент
Башкирский государственный университет, Уфа*

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, касающиеся конкурентоспособности российских предприятий на мировом рынке. Охарактеризована сущность конкурентоспособности. Определено состояние конкурентоспособности российских предприятий на мировом рынке. Изучены проблемы, влияющие на конкурентоспособность российских предприятий и разработаны пути повышения конкурентоспособности предприятий на мировом рынке.

Ключевые слова: конкурентоспособность, предприятие, состояние, проблемы конкурентоспособности, пути повышения конкурентоспособности предприятия.

COMPETITIVENESS OF RUSSIAN ENTERPRISES IN THE WORLD MARKET

Filenko D.R. Bachelor's degree of the 2nd year

*Supervisor: Z.F. Ibragimova, Candidate of Economics, Associate Professor
Bashkir State University, Ufa*

Abstract. The article discusses issues related to the competitiveness of Russian enterprises in the world market. The essence of competitiveness is characterized. The state of competitiveness of Russian enterprises in the world market is determined. The problems affecting the competitiveness of Russian enterprises are studied and ways to increase the competitiveness of enterprises in the world market are developed.

Keywords: competitiveness, enterprise, state, problems of competitiveness, ways to increase the competitiveness of the enterprise.

В современных рыночных условиях учет деятельности конкурирующих предприятий – это одна из главных задач, без которой функционирование любого предприятия не может осуществляться в полном размере, так как оно стремится быть конкурентоспособным и имеет конечную цель. Цель всякого предприятия заключается в победе в конкурентной борьбе.

На сегодняшний день в России стремительно идет увеличение темпа научно-технического прогресса. День за днем внедряются новые технологии в разные виды производств, в строительство, в сельское хозяйство и т.д. Все эти новые внедрения порождают усиление конкуренции. В конечном итоге все это приводит к тому, что руководители предприятий должны быть в постоянном поиске новых и более усовершенствованных путей для повышения конкурентоспособности.

Научно-технический прогресс подводит любое предприятие к постепенному совершенствованию техники, снижению цикла обновления продукции производства и введению более действенных технологий и способов введения в этом производстве.

Понятие конкурентоспособности считается универсальным понятием, которое применяется в разных областях: в экономике, в политике, в технике, в науке и т.д. Можно считать, что рыночный характер является единым показателем данного определения при использовании его во всех сферах общества, это также обуславливается значением его корня [3].

Если обратиться к экономическому словарю, можно увидеть, что почти к каждому понятию дано множество различных определений. Так происходит и с понятием «конкурентоспособность», которое преподносится и раскрывается большим количеством авторов.

Определение «конкурентоспособность» трактуется по-разному в зависимости от автора, но все они объединены с особенностью его экономической сущности. В более широком смысле по отношению к экономической сфере понятие «конкурентоспособность» – это свойства, которые создают какие-либо преимущества для субъекта экономической конкуренции, вдобавок эти свойства могут применяться к разным субъектам конкуренции: отраслям, компаниям (производителям), типам продукции и, конечно, странам [1].

Главным фактором успеха в условиях рыночной экономики является конкурентоспособность предприятия. Она предполагает наилучшее сочетание управленческих, маркетинговых и финансовых решений, в том числе и конкурентоспособность продукции. Поэтому конкурентоспособность продукции является, особенно для производителя, одним из самых важных показателей конкурентоспособности предприятия.

Конкурентоспособность предприятия – это умение предприятия противодействовать иным поставщикам и производителям подобных товаров (конкурентам) на рынке по степени удовлетворения услугами и товарами определенной потребности и по эффективности производственной деятельности [4].

Также к понятию «конкурентоспособность предприятия» можно отнести преимущества рассматриваемого предприятия перед другими предприятиями отрасли как внутри страны, так и за рубежом.

Повышение уровня конкурентоспособности национальных предприятий на мировом рынке – это одна из основных задач экономики России на сегодняшний день. Уровень конкурентоспособности российских предприятий на мировом рынке зависит от выбранной на рассмотрение отрасли и сферы деятельности предприятия.

К хорошо конкурентоспособным на мировом рынке российским отраслям можно отнести нефтяную и газодобывающую промышленность, металлургию, оборонно-промышленный комплекс, химическую и нефтехимическую промышленность, аграрно-промышленный комплекс. Такие отрасли, как электротехническая, фармацевтическая, автомобильная, швейная, легкая промышленность и т.д., занимают слабые позиции на мировом рынке.

Проанализируем некоторые из отраслей и приведем примеры российских предприятий, которые играют какую-либо роль на мировой арене. Основное внимание Россия всегда уделяет топливно-энергетическому комплексу (ТЭК). Данный комплекс всегда занимает лидирующую позицию в структуре экспорта РФ и представляет из себя более двух третей от всего объема экспорта.

Относительно хороший уровень конкурентоспособности Россия показывает на рынке нефти и нефтепродуктов. Российская Федерация занимает одно из лидирующих позиций по добыче нефти с Соединенными Штатами Америки и Саудовской Аравией. В 2021 году экспорт российской нефти осуществлялся в 36 стран, причем почти 47% поставок пришлось на долю стран Евросоюза [7]. Основным импортером российской нефти является Китай, доля экспорта нефти в Китай составляет 31%.

Удельный вес экспорта российской нефти в 2021 году составил 22,4% от всего объема экспорта страны, что на 3,6% меньше прошлого года.

К крупнейшим российским нефтяным компаниям, которые работают по всему миру как по-отдельности, так и вместе, можно отнести: ПАО «Лукойл», ПАО «НК «Роснефть», ПАО «Сургутнефтегаз», ПАО «Татнефть», ПАО «Газпром нефть» и российскую нефтепроводную компанию ПАО «Транснефть», контролируемую полностью государством.

Самой крупной российской нефтедобывающей компанией является ПАО «НК «Роснефть» с долей по добыче нефти во всем мире в 6%. Добыча жидких углеводород в 2021 году опустилась до отметки в 192,1 млн. тонн (-6% по сравнению с предыдущим годом).

Помимо хороших результатов на рынке нефти и нефтепродуктов предприятия Российской Федерации показывают хорошие результаты на мировом рынке газа. Россия занимает вторую строчку по добыче природного газа, уступая США около 200 000 млн куб. м., является лидером по доказанным запасам газа во всем мире, а также самым крупным мировым экспортером.

Доля экспорта российского газа стремительно уменьшается с каждым годом, когда в 2000 году доля экспорта составляла 40%, а к 2020 году снизилась до 25%. Основным импортером российского газа являются Европейские страны: Германия (45,8 млрд куб. м.), Италия (20,8 млрд куб. м.), Турция (16,4 млрд куб. м.) и т.д.

К крупнейшим российским производителям газа компаниям можно отнести: ПАО «Газпром», ПАО «НК «Роснефть», ПАО «Новатэк», ПАО «Лукойл», ПАО «Сургутнефтегаз».

Самая крупная российская транснациональная корпорация в сфере добычи газа – ПАО «Газпром», которая обладает огромными запасами природного газа. Он является одним из надежнейших поставщиков газа как для России, так и для всего мира. Добыча газа Газпрома составляет 69% от объема добычи в России, в то время как его доля в российских запасах газа занимает примерно 71%.

Помимо выдающихся результатов на российском рынке, Газпром хорошо держится на мировой арене производства газа. Добыча газа Газпрома составляет 12% от мирового объема добычи, в то время как его доля в мировых запасах газа занимает около 18%.

Российские предприятия конкурируют на мировом рынке не только в топливно-энергетическом комплексе, а также в многих других отраслях. Если рассказывать про предприятия в каждой отрасли, которые в какой-либо степени конкурентоспособны на мировом рынке, то этот список может составить сотни, а то и больше страниц. Поэтому разберем некоторые из них кратко.

Предприятия РФ являются крупными игроками на мировом рынке металлургической промышленности. К крупнейшим российским металлургическим компаниям, известным во всем мире, относят: ОК «РУСАЛ», лидер в производстве первичного алюминия и глинозёма (доля мирового производства алюминия – 6%, глинозема – 6,5%); ПАО «ГМК «Норильский никель», производитель никеля, палладия, меди и платины; ПАО «Северсталь», российский и зарубежный крупный продавец стальной продукции и полуфабрикатов; ну и крупнейшая металлургическая компания ПАО «Корпорация ВСПО-АВИСМА», которая производит титан и изделия из него, а также является крупнейшим поставщиком для производства Airbus и Boeing.

Также конкурентоспособность российских предприятий на мировой арене занимает достаточно высокие позиции в химической промышленности: ООО «Ставролен», производитель полипропилена и полиэтилена; ПАО «Сибур Холдинг», производитель этилена, пропилена и продуктов газопереработки; а также сельскохозяйственной промышленности: Группа Компаний «Русагро», крупнейших производителей сахара; Агропромышленный холдинг «ЭКО-культура», специализирующийся в основном на овощной продукции.

В последнее время, рассмотрением конкурентоспособности предприятий на внутреннем и мировом рынке современная российская экономическая наука с каждым днем занимается все больше и больше. Но данная политика поддержания и повышения конкурентоспособности российских предприятий большого прогресса не дает. Поэтому большинство российских предприятий в наше время находится в достаточно тяжелом состоянии на мировом рынке.

К одной из самых основных проблем ведения международного бизнеса предприятиями РФ можно отнести политическую нестабильность в мире. С каждым днем в сторону российских предприятий, бизнесменов, предпринимателей и России в целом вводится все больше санкционных мер, которые отражаются на международном бизнесе как российских, так и зарубежных предприятий. Предприятиям приходится подстраиваться под введенные санкции, искать решения по их обходу, а иногда и изменять позиционирование, учитывая положение других участников.

Государство – это хорошая поддержка конкурентоспособности национальных предприятий на мировом рынке. В России существуют программы помощи малому и среднему бизнесу, которые проблематично, даже нереально получить. В санкционное время многие российские предприятия теряют свою конкурентоспособность на мировом рынке, а бывает, что предприятия уходят с мирового на внутренний рынок, так как РФ не оказывает никакой помощи и не содействует в закреплении и повышении конкурентоспособности национальных предприятий.

Эффективность инновационной деятельности Российской Федерации отстает от эффективности развивающихся стран-конкурентов на несколько лет. Низкая конкурентоспособность Российских предприятий вызвана нехваткой высококачественного и инновационного оборудования для производства. Что, в свою очередь, поднимает проблему несоответствия качества производимой продукции. То есть товары и услуги, предоставляемые многими российскими предприятиями на мировой рынок, не могут соперничать по характеристикам с товарами и услугами зарубежных предприятий. Тем самым конкурентоспособность отечественных предприятий понижается, а это грозит уходу с мирового на внутренний рынок.

К проблемам, которые влияют на конкурентоспособность российских предприятий, можно отнести транспортно-логистические. Высокие тарифы на транспортировку товаров, а также нехватка портовых и железнодорожных мощностей создают большие экспортные издержки, которые могут серьезно отразиться на работе предприятия, особенно при маленьких объемах поставок. В итоге российское предприятие будет менее конкурентоспособным из-за конечной стоимости товара, которая будет выше по сравнению с конкурентами из-за повышенных тарифов на транспортировку.

Существуют также административно-таможенные барьеры, которые влияют на конкурентоспособность российских предприятий на мировом рынке. К барьерам обычно относятся такие сложности на таможне, как жесткие требования к обязательным документам и количество занимаемого времени совершения всех таможенных процедур. Также предприятия сталкиваются со сложностями лицензирования в сфере внешней торговли. Конкурентоспособность российских предприятий уменьшается в связи с увеличением транзакционных издержек из-за подобных барьеров.

Из вышесказанного следует, что на современном этапе развития международного бизнеса, у российских предприятий существует большое количество проблем, которые влияют на их конкурентоспособность. Повышение конкурентоспособности становится невозможным без анализа состояния и позиций на рынке. Российские предприятия должны сводить список проблем к нулю и использовать методы и пути для дальнейшего повышения своих позиций.

Из всех проблем конкурентоспособности можно прийти к выводу, что нужно работать по двум направлениям, чтобы повысить конкурентоспособность российских предприятий на мировом рынке: увеличить эффективность работы предприятия и всех его подразделений, и создать конкурентоспособность собственной продукции, чтобы ей предоставлялась возможность соперничать с продукцией иных фирм [2].

Можем рассмотреть основные пути повышения конкурентоспособности российских предприятий на мировом рынке:

Увеличение размеров продаж – это один из наиболее эффективных способов повышения конкурентоспособности предприятия, но нужно учитывать, что увеличение продаж само по себе не принесет нужного результата, так как не будут учитываться затраты и прибыль предприятия. В этом случае нужно определить объем продаж, при котором будет обеспечена безубыточность предприятия.

Улучшение качественных характеристик товаров – это направление, которое поможет увеличить экспорт, овладеть новым рынком и ускорить процесс НТП (научно-технического прогресса). В это время повышение качества товаров станет залогом выхода на внешний рынок, повысит имидж предприятия и сформирует основу для получения максимальной прибыли.

Бенчмаркинг – это постоянное сопоставление нужных результатов и изменений бизнеса с компаниями, которые лидируют в своей сфере, а также непрерывный поиск и изучение опыта конкурентов.

Снижение затрат – это тот метод повышения конкурентоспособности, который наиболее распространен и изучен в экономической сфере. Предприятие, которое сможет уменьшить уровень расходов больше, чем конкуренты, окажется в лучшем положении на рынке. Данный путь предполагает

ет контроль затрат и инвестиций в производство для реализации эффекта накопленного опыта и понижение расходов на перепродажу [6].

Использование действенной рекламы и рекламных мероприятий можно рассматривать, как один из основных путей развития конкурентоспособности предприятий. В сегодняшней все более конкурентной среде реклама является инструментом укрепления и повышения позиций отечественных предприятий на мировом рынке. Залогом эффективной рекламы является внедрение в нее современных подходов, которые изучены и основаны на индивидуальном плане развития для каждой отдельно взятой компании. Рекламные мероприятия также служат и создаются с целью повышения конкурентоспособности и создания положительной репутации предприятия на мировом рынке.

Обучение персонала тесно связано со всеми процессами развития предприятия и его стратегическими задачами. Поэтому на сегодняшний день стабильная переподготовка сотрудников, а также повышение их квалификации оказывает существенное влияние на предприятие и является важным фактором успеха. Квалификация сотрудников, которая формируется умением персонала выполнять должностные обязанности грамотно и без перебоев, во многом влияет на конкурентоспособность предприятия как на внешнем, так и внутреннем рынке. При работе на международном пространстве, сотрудники предприятия, как минимум, должны владеть принципами межкультурного общения и деловой переписки [5]. Следовательно, система обучения персонала, организованная в качественном виде, даст предприятию конкурентное преимущество на рынке, за счет постоянного совершенствования и актуализации знаний сотрудников.

Одна из важных частей деятельности любого предприятия – исследование конкурентной среды, которое позволяет максимально эффективно и своевременно использовать все нужные ресурсы предприятия для борьбы с предприятиями-конкурентами на мировом рынке. Анализ конкурентов и конкурентной среды в целом, по мнению великих экономистов, стоит проводить с момента появления идеи создания предприятия и выхода его на международный рынок и не заканчивать это изучение никогда.

Таким образом, одна из самых актуальных проблем в данный момент для РФ – это повышения конкурентоспособности национальных (российских) компаний. Темп научно-технического прогресса увеличивается с каждым днем, российские предприятия стараются применять новое и модернизированное оборудование, перенимать навыки западных предприятий и, в соответствии с этим, выходить на мировой рынок, но это не всегда происходит успешно.

Конкурентоспособность российских предприятий на мировом рынке по таким направлениям, как нефтегазовая, химическая, сельскохозяйственная и металлургическая промышленность, находится на достаточно высоком уровне, чтобы конкурировать с предприятиями-лидерами других

стран. Если говорить о предприятиях других отраслей РФ, то они находятся на низком уровне конкурентоспособности на мировом рынке из-за отставания по уровню и темпам роста производительности труда, а также из-за недостаточного изучения инновационных и информационных технологий и использования их в производстве.

Стабильное повышение конкурентоспособности российских предприятий возможно только в том случае, если будет вестись изучение проблем конкурентоспособности и последующее применение методов по их грамотному устранению, а также если все пути, которые повышают конкурентоспособность предприятий, будут в постоянной и длительной перспективе развиваться. Это все обуславливает необходимость разработки конкретного функционала оценки и повышения конкурентоспособности услуг и товаров, основанного на взаимосвязи между общеизвестными экономическими и управленческими законами, психологии, социологии, статистики и других наук.

Библиографический список

1. Дралин А.И., Михнева С.Г. Экономическая теория. – Пенза. – 2019. – С. 162.
2. Мокроносов, А. Г., Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. – Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та. – 2014. – С. 194.
3. Портер, М. Международная конкуренция / М. Портер. – М.: Экономика. – 2002. – С. 256.
4. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс. – 2010. – С. 454.
5. Giammario Impullitti, Omar Licandro, Pontus Rendahl. Technology, market structure and the gains from trade. [Электронный ресурс] – Journal of International Economics 135. – 2022. – Режим доступа: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0022199621001379?via%3Dihub> (дата обращения: 23.04.22).
6. Rodrigo Adão, Paul Carrillo, Arnaud Costinot, Dave Donaldson, Dina Pomeranz. Imports, Exports, and Earnings Inequality: Measures of Exposure and Estimates of Incidence. [Электронный ресурс] – The Quarterly Journal of Economics 88. – 2022. – Режим доступа: <https://academic.oup.com/qje/advance-article-bstract/doi/10.1093/qje/qjac012/6540980?redirectedFrom=fulltext> (дата обращения: 21.04.22).
7. Всемирный банк [Электронный ресурс]: портал. Режим доступа: <https://www.worldbank.org/en/home> (дата обращения: 21.04.22).

УДК 339.13

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА

Харисова Л.Р. бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Ибрагимова З.Ф., к.э.н., доцент, доцент
Бакирский государственный университет, Уфа*

Аннотация. В работе раскрыты принципы формирования предпринимательской стратегии, ориентированной на развитие потенциала фирмы, а также, процесс выбора стратегии развития предприятия. Рассмотрены подходы к реализации стратегии на предприятии на примере предприятий нефтегазового комплекса.

Ключевые слова: стратегическое управление, нефтегазовый комплекс, формирование стратегии предприятия, нефтепровод, развитие организации.

STRATEGIC MANAGEMENT, INCLUDING AT THE ENTERPRISES OF THE OIL AND GAS COMPLEX

Kharisova L.R. bachelor's degree of the 4rd year

*Supervisor: Z.F. Ibragimova, Candidate of Economics, Associate Professor
Bashkir State University, Ufa*

Abstract. The work reveals principles of forming an entrepreneurial strategy focused on the development of the company's potential, as well as the process of choosing an enterprise development strategy. Approaches to the implementation of the strategy at the enterprise on the example of oil and gas complex enterprises are considered

Keywords: strategic management, oil and gas complex, enterprise strategy formation, oil pipeline, organization development.

Проблемы стратегического управления развитием предприятий становятся все более сложными, и это явление обусловлено объективными факторами, поскольку стратегические направления развития затрагивают интересы практически всех звеньев внутренней и внешней среды предприятий.

В современных условиях скорость изменения не только внешней, но и внутренней среды, а также возникающие из-за этих изменений положительные и отрицательные возможности постоянно возрастают, и поэтому стратегическое управление развитием должно ориентироваться на максимальную возможность использования появляющихся здесь преимуществ и сведения до минимума или исключения влияния на деятельность предприятий отрицательных явлений. Стратегия должна быть основой для выбора формирования структуры управления, которая наиболее полно соответствовала бы решению долгосрочных проблем. По мере роста динамики внешней среды, понятие стратегии приобретает все большее значение, а внешняя среда выступает катализатором изменений в развитии теории Стратегии.

В настоящее время большинство предприятий постоянно сталкиваются с проблемой выбора приоритетного направления развития. Поскольку предприятие существует в условиях внешней среды, которая активно меняется, оно может постепенно или внезапно оказаться перед фактом, что его стратегия развития перестает соответствовать ситуации.

Основной вопрос заключается в том, как предприятию исходить из сложившейся ситуации с помощью эволюционных (постепенных) изменений или совершая «квантовый скачок».

Если руководство предприятия внезапно оказывается в ситуации, когда стратегия управления не соответствует действительности, происходит «стратегическая революция». Долгий период эволюционных изменений внезапно прерывается революционным взрывом, в ходе которого предприятие сравнительно быстро переходит к новым схемам деятельности.

Последствия как революционных изменений стратегических намерений, так и их эволюционного развития могут проявляться в виде негативного или положительного влияния на экономическую сферу предприятия и страну в целом, на социальную сферу, включая качество жизни населения страны и персонала предприятия.

В настоящее время существует большое количество публикаций, посвященных разработке многоплановых стратегий развития предприятия в тех или иных условиях.

Г.Б. Клейнер [5], рассматривая принципы формирования предпринимательской стратегии, ориентированной на развитие потенциала фирмы, не выделяет постепенный или скачкообразный путь выхода из проблемной ситуации (разногласие необходимых и фактических значений целевых характеристик предприятия), но он отмечает следующие этапы по отношению к проблемной ситуации:

1. Формулировка проблемы;
2. Анализ последствий существования проблемной ситуации;
3. Анализ причин данной ситуации;
4. Формулирование возможных вариантов управления факторами;
5. Моделирование разных вариантов реализации стратегии и выбор среди них наиболее приемлемого.

На основе детального анализа каждого этапа формируется следующий вывод: выбор стратегии и анализ ее эффективности основываются на взаимодействии хозяйствующих субъектов, которое, в свою очередь, базируется на основе структурных моделей: дерева факторов существования проблемы и дерева последствий.

Вместе с тем, Г.Б. Клейнер [5] разглядывает подходы к реализации стратегии в динамике: эволюцию, инволюцию и революцию. Однако нет ответа на вопрос, какое направление стратегического развития предприятия результативнее.

«Выбор стратегии развития – центральный момент стратегического управления. Обычно предприятие выбирает одну стратегию из нескольких альтернативных вариантов» [7].

Процесс выбора стратегии развития состоит из этапов разработки, доказывания, оценки и анализа. На практике эти этапы трудно разделить, поскольку они представляют собой разные уровни одного процесса, но используют разные методы.

На этапе разработки формулируются стратегии развития, позволяющие достичь поставленных целей.

Главной задачей данного этапа является разработка возможно большего количества альтернативных стратегий, позволяющих достичь поставленных целей. Это значительно расширяет выбор и позволяет не упустить потенциально лучший вариант. Поэтому к работе привлекаются не только высшие руководители, но и менеджеры среднего звена:

Следующий этап, выработка стратегии развития состоит в доведении общей стратегии до уровня ее адекватности целям развития предприятия во всем их многообразии.

Решающим моментом выбора стратегии развития является анализ и оценка альтернативных вариантов.

Задача оценки состоит в выборе такой стратегии, которая бы обеспечивала максимальную эффективность деятельности фирмы в будущем для достижения ее главных целей. Происходит заполнение общей стратегии конкретным содержанием.

Стратегический выбор должен быть основан на четкой концепции развития предприятия, а именно формулировки – однозначной и ясной. Значимость выбора определяется тем, что избранная стратегия длительно ограничивает свободу действий руководства и оказывает глубокое влияние на все принимаемые им решения. При этом должны учитываться многочисленные факторы: риск, опыт прошлых стратегий, влияние держателей акций и фактор времени.

В настоящее время достижение существенных и значимых целей при реализации бизнес-процессов на предприятиях нефтегазового комплекса не представляется возможным без наличия долгосрочного стратегического управления принятого и одобренного руководством предприятия. Определение оптимальной, эффективной стратегии, учитывающей комплекс осознанных мероприятий, действий по её внедрению является актуальным вопросом каждого предприятия нефтегазового комплекса России. Стратегическое управление должно быть сформировано с учетом текущих экономических и геополитических условий, текущих ресурсов предприятия, а также прогнозов по перспективной потребности нефти, газа, продуктов их переработки и услуг для экономики страны.

Общая концепция целей и задач характерных для стратегического управления, а также сам термин «стратегическое управление» были описаны в 60–70 годах прошлого столетия. Например, в работах И. Ансоффа (Ansoff) [1] введение термина «стратегическое управление», требовалось с целью отражения разницы между управлением на уровне простых производственных процессов (тактика реализации) и системным управлением всеми процессами предприятия или группы компаний высшим уровнем руководства (стратегия реализации). Выделение общих, системных вопросов и способов реализации стратегий развития от частных вопросов рассматривались и другими учеными. В частности, в работах Б. Райана, определяется важность и обязательность принятия стратегических решений, с

акцентом на соответствующую мотивационную составляющую при достижении требуемого эффекта от реализации стратегии. А.Чандлер в книге «Стратегия и структура: главы по истории американских промышленных предприятий», пришел также к еще одному значимому выводу, что в случае, если структура не соответствует стратегии, тогда предприятие действует неэффективно [3].

Согласно общей концепции стратегического управления, предприятие будет действовать наиболее эффективно если внедрена четкая система целей, разделенных по значимости на соответствующие уровни, где последовательное достижение каждой цели обеспечивает реализацию цели, относящейся к высшему уровню. При этом требуется введение системы контроля и самоконтроля на предприятии с соответствующим уровнем детализации, но в пределах, необходимых для достижения целей организации, так как контроль не должен являться самоцелью [2].

Рассмотрим разработку стратегии на примере Каспийского Трубопроводного Консорциума (далее-КТК). КТК является самым крупным международным нефтетранспортным проектом, в котором участвуют Россия, Казахстан, а также ведущие мировые нефтедобывающие компании. Стратегия строительства, управления и развития КТК сформирована из последовательно достигаемых целей, а именно: во-первых, потребовалось спроектировать и построить магистральный трубопровод протяженностью более 1,5 тыс. км., далее после проведения комплексного опробывания всех систем последовала реализация основной цели в виде непосредственной перекачки нефти с территории Казахстана к акватории Черного моря. С целью извлечения большей прибыли и устойчивого развития КТК следующими этапами в стратегическом управлении будут обследования, полученных производственных мощностей, изучение и выявление резервов в цепочке производственных операций и процессов для роста объемов перекачиваемой нефти, без ущерба для экологии регионов присутствия предприятия.

Реализация инновационной стратегии предприятия требует от него существенных дополнительных средств и эффективной системы организационно-технических мер по реализации этой стратегии. Выбирая направление стратегического развития, нефтегазовому предприятию необходимо учитывать ряд факторов, влияющих на общую работу предприятия. Эффективное использование нефти и газа, их транспортировка к конечному потребителю и увеличение добычи нефти и газа возможно при широком внедрении новейших технологий на предприятиях нефтегазового комплекса [2, с. 42].

Для сравнения стратегий развития российских трубопроводных предприятий и зарубежных рассмотрим трубопровод Баку — Тбилиси — Джейхан (далее- БТД). Данный трубопровод был открыт 13 июля 2005 года, протяженность составляет 1776 км. Трубопровод БТД в 2008 году

транспортировал 1 млн баррелей нефти в день (50 тонн нефти в год). По состоянию на 2021 год транспортировано 500 млн. тонн нефти в год, при этом за все время эксплуатации трубопровода отсутствует информация о реконструкциях или увеличении проектной мощности. Стоимость строительства составила 4 млрд. долларов.

Для наглядности составим таблицу и проведем сравнительный анализ двух аналогичных нефтепроводов из разных стран.

Таблица 1. Сравнение двух нефтепроводов КТК и БТД

Показатель	КТК	БТД
Стоимость строительства	3,2 млрд. долларов	4 млрд. долларов
Протяженность	1500 км	1776 км
Производительность	67 млн. тонн нефти в год	50 млн. тонн нефти в год

Таблица 1 показывает результаты по применению и реализации двух различных моделей стратегического развития организации. В случае АО КТК предприятие постепенно наращивает мощь в период с 2008 по 2023 год, мы видим, как предприятие развивается в течении 20 лет, с оптимальным использованием денежных ресурсов. В настоящее время при вложениях суммой 3,2 млрд. долларов, КТК перекачивает нефти на 17 млн. тонн в год больше чем аналогичный трубопровод БТД, затраты на строительство которого составили 4 млрд. долларов с пропускной способностью 50 млн. тонн нефти в год.

Таким образом, мы приходим к выводу о том, как выбранная на начальном этапе стратегия развития предприятия влияет на долгосрочное течение проекта. Сопоставимые предприятия из одной отрасли развиваются в разных плоскостях как раз по причине выбранных стратегий.

Библиографический список

1. Ажнюк, М. О. Основы экономической теории: учеб. пособие / М. О. Ажнюк, А. С. Предрий. – Москва: Знание, 2018. – 365 с.
2. Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф; пер. с англ.; под ред. Л.И. Евпаконка. – Москва: Экономика, 2019. – 519 с.
3. Гатина, Л.И. Интернет-стратегии мировых компаний по добыче и переработке углеводородного сырья // Вестник Казанского технологического университета. – 2012. – Т. 15. № 12. – С. 298–301.
4. Довгань, Л.Е. Стратегическое управление : учеб. пособие / Л.Е. Довгань, Ю.В. Каракай. – Москва: Центр учебной литературы, 2009. – 440 с.
5. Лисина, О.В. Оценка инновационной активности нефтяных компаний и проблемы развития системы инфраструктурной поддержки инновационных процессов в российском нефтегазовом секторе // Вестник Казанского технологического университета. – 2014. – Т. 17. № 22. – С. 347–352.
6. Мескон, М. Х. Альберт М., Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ.; под ред. Л.И. Евенко. – Москва: Дело, 1993. – 492 с.

7. Каспийский трубопроводный консорциум [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.cpc.ru/ru/about/Pages/default.aspx> (дата обращения 20.02. 2022)

УДК 339.138

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ МАРКЕТИНГА – НЕОБХОДИМОСТЬ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Чагина Э.Ф. магистрант 2-го курса

Научный руководитель: Губанова Е.В., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация. В современном мире люди активно пользуются цифровыми технологиями во всех сферах своей жизни: и в работе, и в учебе, и в личных целях. Как результат, ожидания потребителей от качества и формата обслуживания на интернет-площадках растут. Это одна из важных причин, почему каждой компании необходимо проводить цифровизацию и перестраивать внутренние процессы для удовлетворения всех потребностей потребителей. Как минимум, для эффективного развития компаниям необходимо идти в ногу со временем и начинать адаптировать свои бизнес-модели под digital.

Ключевые слова: цифровая трансформация маркетинга, digital маркетинг, цифровой маркетинг, оптимизация бизнеса.

DIGITAL MARKETING TRANSFORMATION IS A NEED FOR BUSINESS DEVELOPMENT

Chagina E.F., 2nd year undergraduate

Scientific adviser: Gubanova E.V., Ph.D., associate professor

Kaluga branch of the Financial University, Kaluga

Annotation. In the modern world, people actively use digital technologies in all areas of their lives: at work, in school, and for personal purposes. As a result, consumers' expectations of the quality and format of service on Internet sites are growing. This is one of the important reasons, why every company needs to digitize and rebuild internal processes to meet all consumer needs. At a minimum, for effective development, companies need to keep up with the times and start adapting their business models to digital.

Keywords: digital transformation of marketing, digital marketing, digital marketing, business optimization.

Обычно, когда приходят в компанию с запросом на цифровую трансформацию маркетинга, воспринимают это буквально – это просто внедрение новых технологий в существующей организации: достаточно разработать сайты, чат-боты, приложения и подключить социальные сети, чтобы считаться цифровой компанией. На самом деле, эти инструменты никакого отношения к глобальной цифровой трансформации не имеют.

Цифровая трансформация – это не только инвестиции в новые маркетинговые технологии (искусственный интеллект, анализ данных и так далее), но и глубокое преобразование продуктов и услуг, структуры органи-

зации, стратегии развития, работы с клиентами и корпоративной культуры. Иными словами, это революционная трансформация модели организации.

Необходимость цифровой трансформации маркетинга:

1. Оптимизация себестоимости и повышение эффективности бизнес-процессов.

В этой оптимизации кроется 40% успеха. Например, сотрудник запрашивает у HR справку для визы. В этот процесс закладывается работа, как минимум, четырех сотрудников, и большое количество времени каждого на вникание в запрос и проведение операций для его выполнения. Большое количество затраченного времени – это дорого для компании, поэтому задача повышения эффективности бизнес-процессов – одна из самых важных в трансформации.

2. Повышение рентабельности бизнеса (ROMI).

3. Снижение операционных издержек.

Трансформация маркетинга может принести до 20% дополнительного дохода и сокращения затрат до 30% [2]. На что компании обращают внимание в первую очередь при запросе на цифровую трансформацию маркетинга:

- Автоматизация задач и адаптация сообщений для максимально эффективной коммуникации.
- Налаживание стратегического партнерства с общими маркетинговыми целями
- Постоянное обучение сотрудников в работе с данными, найм сотрудников, которые изучают и анализируют данные
- Формирование гибких много профильных команд, умеющих быстро учиться на ошибках.



Рисунок 1. Этапы цифровой трансформации

По данным исследования компании BCG, всего 2% компаний перешли к этапу многофакторного маркетинга и начали заниматься динамической оптимизацией маркетинговых усилий в разных каналах для достижения целей каждого отдельного клиента.

На этапе зарождения находится всего 7% компаний. Они используют внешние данные и прямую закупку рекламы, при этом влияние маркетинговых мероприятий на продажи учитывается лишь частично.

Еще 41% компаний находится на этапе становления. Они используют собственные данные для автоматической закупки рекламы, оптимизируют и тестируют кампании отдельно для каждого канала.

Большая часть компаний (49%) находится на этапе интеграции. Они интегрируют данные из разных источников для работы со всеми маркетинговыми каналами, учитывают рентабельность или косвенные показатели эффективности маркетинга.

Цифровая трансформация в России – это необходимость для развития бизнеса. Россияне выходят из карантина со стратегией экономии. В первую очередь, экономить будут на общепите, развлечениях, лотерейных билетах, отпуске и дорогих покупках. Однако для определенных категорий товаров длительного пользования на протяжении исследования фиксируется положительная динамика в намерении покупок: одежда и товары для спорта, товары для ремонта дома или на даче, барбекю и шашлычные, смартфоны и мелкая бытовая техника, услуги здравоохранения и образования.

По данным исследования GfK России 2020, россияне действительно продолжают придерживаться экономии стратегии: на минимуме доля тех, кто потратил за последнюю неделю больше, чем обычно (22%), 42% считает, что сейчас надо откладывать деньги, 67% считает, что сейчас плохое время брать кредиты. Потребители продолжают откладывать крупные покупки, но прироста отказов уже нет. 41% потратят меньше на покупку товаров длительного пользования, в сравнении с прошлым годом [3].

6 условий цифровой трансформации маркетинга:

1. Связанность аналитических данных и мышление данными.

Непроверенные гипотезы, связанные с данными – распространенная ошибка, которая ведет за собой глобальные проблемы, поэтому в рамках цифровизации необходимо особое внимание уделять данным. Чтобы понимать запросы клиентов, маркетологам необходимо уметь комплексно оценивать их запросы с помощью данных и уметь эту информацию обрабатывать. В современном цифровом мире это главное направление для развития и масштабирования бизнеса.

При этом, большинство профессионалов на старте трансформации:

- 82% не знали, как связать между собой данные из разных точек взаимодействия с потребителями
- 68% не использовали достаточно средств автоматизации и полагались на ручные процессы
- 78% не знали, как присвоить ценность точкам взаимодействия с потребителями
- 80: испытали трудности из-за недостаточной координации между отделами.

2. Интеграция технологий и автоматизация

Если google analytics не связан с корпоративными системами для выгрузки данных, никакого атрибуционного моделирования не получится. Чтобы интегрировать системы друг с другом необходимо закладывать примерно год.

3. Анализ результатов и применение выводов

Не так много компаний пришли к выводу, что креативные решения можно принимать на основе полученных данных, а не внутреннего ощущения. А это, в свою очередь, большой барьер, который напрямую влияет на скорость их движения в сторону цифровизации.

4. Стратегическое партнерство

Очень часто в начале цифровой трансформации проводится брейншторм, в рамках которого придумывается набор функциональностей и их свойств, которые нужно доработать в рамках ИТ. Но изобретать велосипед нет необходимости, на рынке есть много уже реализованных инструментов, которые необходимо просто применить в своей компании.

Инструменты сбора данных и восприятия



Оценка эффективности коммуникаций



Рисунок 2. Инструменты для анализа результатов цифровой трансформации маркетинга

5. Компетентные специалисты во всех департаментах

Для реализации поставленных целей компаниям необходимо уделить особое внимание найму квалифицированных специалистов по анализу данных. Но чтобы найм был эффективным, важно выстроить коммуникацию этих специалистов со всем подразделением маркетинга и бизнесом в целом.

6. Гибкая структура и культура fail-fast

Agile-трансформация помогает компаниям оптимизировать все внутренние процессы – от персонального распределения времени сотрудников до формата их взаимодействия. Но чтобы это реализовать, важно переосмыслить организационную структуру, отчетность, схемы компенсации и карьерного роста. Это невозможно без поддержки руководителей высшего звена и общей культуры “дешевых” проб и ошибок. Такой подход называется fail-fast-test-and-learn [1]. Большая часть компаний тяжело переносит реформу внутри, но именно это решение позволит бизнесу двигаться в сторону повышения маржинальности и эффективности работы внутри.

Ряд маркетинговых инструментов помогают быстрее автоматизировать задачи любого формата: веб-аналитика, CRM-системы, атрибуционное моделирование, интегрированные рекламные технологии, таргетинг, автоматизация персонализированной рекламы. С помощью ВІ аналитики и интеграции данных между существующими в компании системами является возможным анализ и оценка эффективности маркетинговых кампаний.

Маркетологи, которые принимают решения на основе аналитики, могут определить ценность каждого взаимодействия с потребителями на пути к покупке и связать эти данные с достижением бизнес-целей – продажами и прибылью. Эти маркетологи знают, о чем именно думают их клиенты, на каком этапе воронки они находятся и почему делают определенный выбор.

Библиографический список

1. Бринкер С. Agile-маркетинг. – М.: МИФ, 2019. – 272 с.
2. Реброва Н.П. Цифровой маркетинг. – М.: Прометей, 2021. – 164 с.
3. Исследование GfK 2020 [Электронный ресурс]: Режим доступа - <https://www.gfk.com/ru/insights/obzor-gfk-vlijanie-koronavirusa-na-globalnyi-i-rossiiskii-rynok-bytovoi-tehniki-i-ehlektroniki> (дата обращения: 4.05.2022)
4. Губанова Е.В. Повышение эффективности использования интернет-маркетинга в деятельности организации // Калужский экономический вестник. 2022. № 1. С. 50-56.
5. Губанова, Е.В., Полищук, А.П. Оценка процесса принятия управленческих решений в деятельности коммерческой организации // Глобальные и региональные вызовы современной экономики. - Пенза, 2020. С. 203-212.

УДК 004.9

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ТЕХНОЛОГИЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В СФЕРЕ МЕТАЛЛОПРОКАТА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Шапран В.В. бакалавр 4-го курса

Научный руководитель: Кузнецова В.И., к.п.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация: в работе рассматриваются актуальные на данный момент времени проблемы реализации технологий электронной коммерции в сфере металлопроката

та, проводится анализ опыта применения технологий электронной коммерции в компаниях, работающих в данной сфере, а также предлагаются пути решения данных проблем.

Ключевые слова: электронная коммерция, онлайн-магазины, информационные технологии.

PROBLEMS OF IMPLEMENTATION OF E-COMMERCE TECHNOLOGIES IN THE FIELD OF METAL ROLLING AND WAYS TO SOLVE THEM

Shapran V.V. Bachelor of the 4th year

Supervisor: V.I. Kuznetsova, Ph.D., Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract: the paper examines the current problems of the implementation of electronic commerce technologies in the field of rolled metal, analyzes the experience of using electronic commerce technologies in companies operating in this field, and suggests ways to solve these problems.

Keywords: e-commerce, online stores, information technology.

Электронная коммерция в настоящий момент является одной из самых быстро развивающихся отраслей как в мире, так и в России. Она получила огромный импульс для развития в условиях мировой пандемии Covid-19. Быстрое развитие данной отрасли можно объяснить тем, что электронная коммерция позволяет получить товар или услугу, не выходя из дома, что даёт ей неоспоримое преимущество в конкуренции с физической торговлей.

Калентеев С.В. и Таипова Э.Х. считают, что: «под электронной коммерцией понимается технология, обеспечивающая полный замкнутый цикл операций, включающий в себя заказ товара (услуги), проведение платежей, участие в управлении доставкой товара (выполнение услуги)» [1]. Наиболее распространенными технологиями электронной коммерции на данный момент времени являются:

1. Электронная торговля– это все торговые операции и сделки в сети Интернет, посредством которых совершается покупка (продажа) товаров, а также производится их оплата.

2. Электронный маркетинг– это комплекс мероприятий, который связан как с анализом рынка, так и с продвижением товаров в Интернете. Обычно к электронному маркетингу относится размещение рекламы в социальных сетях, на сайтах, блогах, а также поиск новой аудитории для реализуемого продукта.

3. Электронный банкинг – это технология дистанционного банковского обслуживания, при которой доступ к счетам и операциям клиента осуществляется посредством сети Интернет. В России эта технология имеет название «банк-клиент» и довольно широко применяется большинством российских банков [2].

4. Электронный обмен информацией – по своей сути это система электронного документооборота (СЭД), которая является автоматизированной многопользовательской системой, сопровождающей процесс управления работой иерархической организации с целью обеспечения выполнения этой организацией своих функций.

5. Электронное движение капитала – это система перевода платежей между различными счетами и банками без использования бумажных денег.

6. Электронные деньги – это денежная стоимость, хранящаяся в электронной форме в качестве заявки эмитенту, которая выдаётся после получения денежных средств для проведения платежных операций и принимается физическим или юридическим лицом, который отличается от эмитента электронных денег.

7. Электронные страховые услуги – это комплекс элементов взаимодействия страховой компании и её клиента, который возникает в процессе продажи продукта страхования, его обслуживания и выплаты страхового возмещения.

В данной работе мы не будем рассматривать технологии электронного банкинга и электронных страховых услуг, так как они не соответствуют рассматриваемой сфере применения. Специфика применения технологий электронной коммерции напрямую зависит от области деятельности компании, и поскольку мы рассматриваем сферу металлопроката, то предметом данного исследования будут являться компании, работающие в данной сфере.

Для анализа выделим несколько предприятий в сфере металлопроката, которые наиболее эффективно применяют технологии электронной коммерции в своей деятельности. Рассмотрим крупные предприятия: МеталлСервис и Металлокомплект – М.

Начнем с предприятия Металл Сервис. Это один из основных лидеров в сфере металлопроката в России, который предоставляет услуги хранения и переработки металлопродукции. Штаб-квартира компании располагается в городе Москва.

Проведем анализ эффективности использования различных технологий электронной коммерции на данном предприятии. Рассматривая наличие технологии электронной торговли, можно сразу выделить тот факт, что у организации есть функционирующий онлайн-магазин с удобным каталогом, доставкой и функцией быстрого заказа, которая позволяет клиенту совершить покупку без необходимости регистрации в личном кабинете. Предприятие осуществляет доставку в Москву, Санкт-Петербург, Хабаровск, а также на территории Поволжья, юга России, Урала и Сибири. Но стоит отметить, что онлайн-магазин МеталлСервиса построен по принципу выбора товара из каталога и дальнейшего оформления заявки на покупку. Оплата за заказ производится только после уточняющего звонка от

менеджера, который проверит следующие детали: есть ли товар в наличии на складе, не изменилась ли цена на товар, возможна ли доставка товара в населенный пункт, указанный клиентом, цена доставки товара. Данная особенность характерна для всех предприятий металлопроката, так как они работают на очень конкурентном рынке, где знание цен конкурента может помочь предприятию переманивать к себе клиентов путём предложения более выгодных условий чем у конкурентов. По данной причине, все предприятия в сфере металлопроката, которые указывают цены у себя на сайте, делают пометку о том, что цена является ориентировочной и может быть скорректирована после уточнения деталей заказа менеджером. Также клиентам МеталлСервиса доступна бесплатная опция самовывоза товара с одного из складов предприятия.

Стоит отметить, что МеталлСервис активно развивается в области технологии электронного маркетинга. Например, предприятие активно сотрудничает с сервисом MetalScanner - это B2B-агрегатор, который позволяет конечному покупателю в рамках единого окна находить более выгодное предложение от надёжных поставщиков, тем самым экономить для себя время и ресурсы. Это довольно интересный новый опыт, который другие предприятия в данной отрасли могут попробовать перенять.

Следующим рассмотрим предприятие Металлокомплект-М. Основной бизнес Акционерного общества «Металлокомплект-М» — складская торговля металлопрокатом. Акционерное общество «Металлокомплект-М» входит в тройку лидеров рынка дистрибуции стальной продукции в России как универсальный поставщик металлопроката с 20-летним профессиональным стажем. Подразделения АО «МК-М» расположены в 16 городах России, в регионах с наибольшей металлоёмкостью, 75% потребления рынка РФ.

Данное предприятие интересно нам с точки зрения грамотного применения технологии электронного маркетинга. У предприятия есть удобный для использования сайт, на котором потенциальный клиент может рассмотреть каталог товаров, также на сайте встроены калькулятор металлопроката, благодаря которому заказчик сможет предварительно рассчитать массу по длине товара и приблизительно оценить, в какую сумму обойдётся заказ.

В каталоге товаров напротив каждой позиции есть кнопка «Запросить цену», нажатие на которую предложит потенциальному клиенту быстро оставить заявку с указанием своих контактных данных, после чего менеджер предприятия оперативно свяжется с ним и сообщит актуальную цену на запрашиваемый товар. Как и в случае с предыдущим примером, Металлокомплект-М является крупным предприятием, имеющим возможность, по запросу, сообщать свои цены клиентам. А на цены данных предприятий уже ориентируется весь остальной рынок.

Подводя итог данного анализа, можно прийти к выводу, что в настоящий момент времени технологии электронной коммерции активно внедряются в отрасль металлопроката. Особенно это затрагивает B2B- сегмент. По данным исследовательского центра Deloitte: «в B2B-сегменте 90% потребителей активно занимаются изучением промышленной продукции. При этом они принимают решение о покупке в среднем на 60% до того, как связываются с продавцом. Теперь компании все больше делают ставку на электронные каналы коммуникации, которые одновременно решают их маркетинговые и имиджевые задачи» [3]. Поэтому для предприятия становится так важно иметь удобный для использования сайт, наделённый функциями онлайн-магазина. А также необходимо искать новые каналы сбыта, одним из которых является сотрудничество с онлайн-агрегаторами, как это делает МеталлСервис с сервисом MetalScanner. Другими словами, для того чтобы успешно работать и развиваться на высококонкурентном рынке металлопроката, предприятию сегодня необходимо иметь онлайн-магазин.

Теперь рассмотрим возможные пути решения проблем реализации электронной коммерции в сфере металлопроката.

Первым направлением повышения эффективности реализации технологий электронной коммерции для компаний может являться разработка и внедрение онлайн-магазина.

Вторым направлением повышения эффективности реализации технологий электронной коммерции для компаний может являться сотрудничество с B2B-агрегаторами и маркетплейсами (такими как MetalScanner) с целью расширения рынка сбыта и привлечения большего числа клиентов – юридических лиц. Благодаря таким сервисам корпоративные клиенты могут в рамках единого окна находить наиболее выгодные предложения от надёжных поставщиков.

Третьим направлением повышения эффективности реализации технологий электронной коммерции для компаний может являться развитие технологий электронного маркетинга.

Отделу маркетинга в компании, работающей в сфере металлопроката, может начать активно развивать свои социальные сети. Можно регулярно выкладывать записи или видеоролики об интересных деталях в сфере металлообработки, полезные советы для покупателей металла, например, как правильно выбрать металл для строительства дома.

Как вы можете заметить, на данный момент у предприятий в сфере металлопроката есть большой потенциал для грамотного решения проблем реализации технологий электронной коммерции с целью увеличения аудитории продаж и упрочения своего положения на рынке.

Библиографический список

1. Электронная коммерция: учебное пособие / С.В. Калентеев, Э.Х. Таипова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2017. – 115 с.
2. РЫНОК E-COMMERCE В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=38233426>
3. E-commerce в промышленности: анализ лидеров рынка. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.uplab.ru/blog/e-commerce-industry/>

УДК 339.138

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ПЛОЩАДКИ ИНСТАГРАМУ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Щеголева М.М. бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Денисова Е.В., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье проведено исследование количественного состава интернет-пользователей, а также анализ наиболее популярных социальных сетей в рамках факторов, влияющих на эффективность интернет-продвижения.

Ключевые слова: продвижение, интернет-пользователи, платформа, социальные сети, таргетированная реклама.

ALTERNATIVE PLATFORMS FOR INSTAGRAM TO PROMOTE PRODUCTS AND SERVICES

Schegoleva M.M. bachelor's degree of the 2nd year

*Supervisor: E. V. Denisova, senior lecturer
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The article examines the quantitative composition of Internet users, as well as the analysis of the most popular social networks within the framework of factors affecting the effectiveness of Internet promotion.

Keywords: promotion, internet users, platform, social networks, targeted advertising.

В современных реалиях каждая первая компания, будь то крупный или малый бизнес, использует социальные сети и различные интернет-площадки в системе продвижения производимых товаров или предлагаемых услуг. Сегодня большая часть бизнес-процессов переведена в дистанционный формат работы, а подавляющее большинство потенциальных клиентов видят рекламу на просторах интернета чаще, чем где-либо, этим фактом объясняется актуальность и необходимость интернет-продвижения. За последнее десятилетие наблюдается стабильное и качественное повышение количество интернет-пользователей с 2,18 млрд человек на начало 2012 года до 4,95 млрд человек на начало 2022 года. Так, совокупный среднегодовой темп роста за последнее десятилетие составляет 8,6% (рис. 1) [5].

Вместе с постоянным ростом количества интернет-пользователей, растёт аудитория социальных сетей и обхват иных интернет-платформ, что говорит об увеличении возможностей прорекламировать и продать свой товар/услугу наибольшему количеству людей. Именно поэтому возникает актуальный вопрос о том, какие именно интернет-площадки можно использовать для наиболее эффективной и результативной реализации своей рекламной кампании в рамках интернет-продвижения.

Наиболее распространённую трактовку термина интернет-продвижение можно обозначить следующим образом – это совокупность действий, направленных на продвижение товара, услуги или бренда компании через социальные сети и сайты. Основная задача интернет-продвижения состоит в повышении узнаваемости бренда, увеличение количества клиентов и, как следствие, увеличение получаемой прибыли [1, с. 5-6].

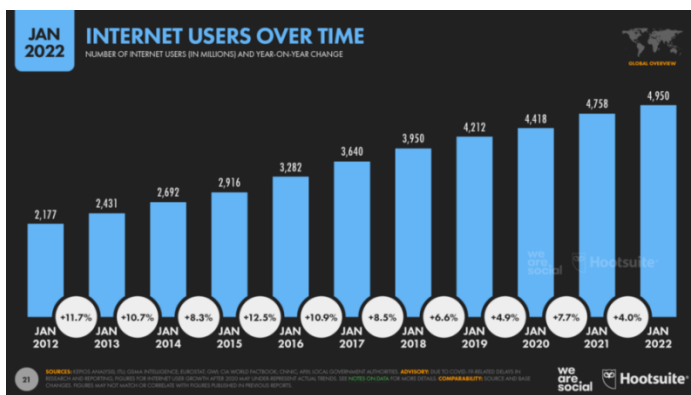


Рисунок 1. Рост интернет-аудитории в период 2012-2022гг.

Последние несколько лет наиболее популярной и используемой площадкой для продвижения была социальная сеть Instagram, которая имела многомиллиардную базу пользователей, могла предоставить огромные охваты аудитории и развить мощный блог, позволяющий приносить достаточно неплохой доход его владельцам.

Однако конкретно в данный момент использование данной социальной сети в качестве инструмента рекламирования и продажи недоступно для российских пользователей. Резкий уход Instagram обусловил острую и срочную необходимость поиска владельцам бизнеса альтернативных площадок для осуществления механизмов продвижения своих товаров и услуг.

1. ВКонтакте

Известная российская социальная сеть, вторая по популярности после Instagram, имеет ежедневный обхват аудитории более 50 миллионов поль-

зователей и развитую сервисную сеть, включающую в себя возможность личных и групповых переписок, прослушивание музыки и, что в данный момент актуально, возможность настройки таргетированной рекламы.

После блокировки Instagram количество пользователей сети резко увеличилось, что, конечно, привлекло внимание бизнесменов. Рассмотрим функционал данной сети:

- «ВКонтакте» имеет схожие рекламные возможности с сетью Instagram, т.е. имеются необходимые инструменты для настройки таргетированной рекламы, а также можно приобретать рекламу внутри сообществ (особенно, если эти сообщества имеют аудиторию более 500 000 пользователей) [5].

Однако здесь есть определенные нюансы. Во-первых, таргетированная реклама ВКонтакте менее гибкая по сравнению с таргетом Instagram, т.е. здесь нет узкоспециализированных ниш. Например, если настраивать таргетированную рекламу в области фриланса, то ее направление будет высвечиваться как категория «поиск работы», что может потенциально понизить охваты настроенной рекламы.

- Разноформатный контент. В этом пункте ВКонтакте является прямым прототипом Instagram, т.к. публиковаться могут и фотографии, и видео, аудиоматериалы, подкасты, короткие видео (Reels), также есть возможность запускать прямые онлайн-трансляции.

- Общение с аудиторией происходит идентично сети Instagram: личные сообщения, групповые беседы, комментарии, обсуждения, связь в бизнес-сообществах через личные сообщения.

В виду того, что таргетированная реклама ВКонтакте только начинает развиваться и постоянно обновляются данные о пользовательской базе сети, в данный момент аудитория нестабильна, что оказывает влияние на цену привлечения, которая колеблется в пределах от 150 рублей до неограниченной суммы, тем не менее первые признаки стабилизации данного фактора уже прослеживаются, поэтому, данный момент в ближайшем будущем будет оптимизирован.

Таким образом, продвижение на рассматриваемой площадке практически идентично тому, которое функционировало ранее на площадке Instagram. При учете того, что за относительно короткий период пользовательская база сети существенно увеличилась разработчиками уже принимаются меры по совершенствованию именно области продвижения, а именно более точной настройки таргета и возможности реагирования на эту рекламу. Поэтому, в ближайшее время ВКонтакте сможет полностью заменить Instagram, хоть и с определенными специфическими отличиями в работе.

2. *Telegramm*

Telegramm – это также известная отечественная социальная сеть, которая пользуется достаточной большой популярностью среди населения, в

частности среди молодежи. На данный момент ежедневная аудитория сети составляет 85,5 млн человек.

Стоит отметить, что многие предприниматели и блогеры, которые прежде получали доход от ведения блога в Instagram, перешли именно на данную площадку, при этом продолжая вести свои аккаунты уже в рамках Telegramm-каналов.

Основными инструментами продвижения данной площадки являются прямая реклама в тематических каналах (например, вышеупомянутые аккаунты, перешедшие с Instagram) и платформа Telegramm_Ad_Platform (включает в себя настройку контекстной и таргетированной рекламы, рекламы, ориентированной на конфиденциальность, а также механизм распределения рекламных доходов с владельцами каналов)

Однако, несмотря на большой спрос среди пользователей и активное использование данной сети медийными личностями, в плане продвижения данная платформа имеет существенные изъяны:

- Во-первых, на данной платформе нет алгоритмов, определяющих целевую аудиторию той или иной рекламы, т.е. человек не заинтересованный, например, в рекламных объявлениях о поиске работы, но увлекающийся темой медитаций, может видеть рекламу с содержанием о поиске работы гораздо чаще, чем рекламу на интересующего его тему. Соответственно, здесь уменьшается количественный охват аудитории.

- Во-вторых, это труднодоступность таргетированной рекламы. Она настраивается через вышеупомянутый инструмент Telegramm_Ad_Platform, а минимальная сумма пополнения для работы с данным инструментом составляет 1 млн рублей, что доступно далеко не всем. Поэтому мелким и средним предпринимателям более предпочтителен вариант продвижения своих услуг и товаров через прямую покупку рекламы у администраторов каналов с большим количеством подписчиков.

Однако даже, если не рассматривать настройку таргета, то реклама, покупаемая напрямую может достаточно неплохо сработать за относительно небольшую цену, т.к. из-за того, что Telegram имеет достаточно высокую просматриваемость и кликабельность контента на фоне обширной аудитории, что увеличивает эффективность рекламы.

Таким образом, можно сказать, что Telegram уже выступает в качестве альтернативной платформы Instagram, хоть и с более слабым функционалом относительно таргетированного продвижения, но, тем не менее, тенденция к повышению эффективности уже четко прослеживается.

3. TikTok

TikTok – это относительно молодое приложение, однако его резко возросшая популярность среди приложений позволила его пользователям размещать не только развлекательный контент, но также вести бизнес-аккаунты и размещать рекламу.

Ежедневная аудитория платформы составляет 20 млн человек, а количество активных пользователей (т.е. ведущих личный или бизнес аккаунт) 18 млн человек. Относительно данной платформы существует общеизвестный стереотип о том, что данная сеть предназначена и интересна только для подростков, в данном случае обратимся к статистике социально-демографических показателей (рис. 2) [5].



Рисунок 2. Социально-демографические показатели социальной сети TikTok

Анализируя представленную статистику, можно сказать, что больше всего в данной социальной сети пользователей в возрасте 12-24 года (18,2% от ежемесячной женской аудитории и 15,1% — от мужской), но доля тех, кому 25-34 года, — 12,5% от ежемесячной женской и 12,7 — от ежемесячной мужской аудитории. Женской аудитории традиционно больше — 54,8%, мужчин — 45,2%. Преобладают пользователи со средним (38%) и выше среднего (33%) доходом. Исходя из этого, можно утверждать, что у данной платформы достаточно широкая область возрастного охвата аудитории, что говорит о возможности размещения разнообразных реклам для продвижения тех или иных товаров и услуг.

Рассмотрим функционал рекламы в рамках данной платформы:

- Основным инструментом рекламного продвижения является TikTok_Ads. Он обеспечивает показ рекламы в ленте (или рекомендациях), которая называется In-feed Native Video. Это короткие видеоролики длительностью от 5 до 60 секунд, которые и являются основным форматом рекламы.

- Таргетированная реклама в TikTok развита достаточно сильно. Она работает на основе распределения по интересам пользователей, исходя из содержания их рекомендаций, поэтому вероятность того, что высвечивающаяся реклама будет не соответствовать интересам пользователей, является относительно небольшой.

Также, помимо распределения по интересам, таргет осуществляется на основе геопозиции пользователя. Эта функция введена относительно недавно, поэтому работает в пределах Москвы и Московской области, а также Санкт-Петербурга и Ленинградской области, соответственно.

Платная реклама в TikTok подойдет почти любому бизнесу. Отличные результаты может давать реклама простых товаров, доставок, спортпита, гаджетов, детских товаров, индустрии красоты и спорта, танцевальных студий, мобильных приложений и т.д.

Так как TikTok успешно функционировал с продвижением товаров и услуг параллельно с Instagram, то при уходе второго, успех первого будет иметь тенденцию возрастания, поэтому можно говорить о том, что на данный момент TikTok является самым развитым аналогом Instagram на рынке платформ для продвижения.

Помимо вышеисследованных социальных сетей для продвижения своих товаров и услуг можно использовать следующие платформы: YouTube, Одноклассники, Авито, Юла, Дом.ру, Яндекс (Яндекс.Дзен и Яндекс.Директ).

На самом деле таких платформ огромное количество, однако основная проблема состоит в том, что настройка реклама на них слишком ресурсозатрана, т.к. стоимость на платформах примерно одинаковая, а качественный результат рекламы на всех платформах кардинально разный.

В заключение статьи хотелось бы отметить, что на данный момент лидирующие позиции по продвижению занимает именно ВКонтакте и TikTok, потому что сейчас самая большая и активная аудитория находится именно здесь.

Библиографический список

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М.В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.
2. Богданова, С. В. Особенности интернет-маркетинга в России / С. В. Богданова // Социально-экономическое развитие региона: состояние, проблемы, перспективы : сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 31 января 2019 года. – Ставрополь: Издательство «АГРУС», 2019. – С. 65-69.
3. Еремина Р.В., Турченко В.В. Оценка эффективности дистанционной торговли в сети интернет // Деловой вестник предпринимателя. – 2021. - № 3(5). – С. 58-62
4. Манина Е.А., Беспрозванная Л.Г. Продвижение бизнеса в социальных сетях: перспективы в условиях бизнеса. – 2021. - № 7. – С. 87-91
5. Статистика интернета и социальных сетей на 2022 год [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2022-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> (Дата обращения: 05.05.2022)

УДК 625.7/8.05

О ТЕХНОЛОГИЯХ ДОРОЖНО-СТРОИТЕЛЬНЫХ КОМПАНИЙ, СНИЖАЮЩИХ НАГРУЗКУ НА ЭКОЛОГИЮ

Юлмухаметова А.А. бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Ибрагимова З.Ф., к.э.н., доцент,
Башкирский Государственный Университет, Уфа*

Аннотация. В работе описаны негативные последствия на экологию при строительстве и эксплуатации автомобильных дорог, рассмотрены мероприятия, позволяющие в значительной мере снижать нагрузку на окружающую среду в процессе строительства дорог. Также описаны не только традиционные, но и современные методы, которые ослабляют негативное влияние на экологию, и рассмотрен опыт развивающихся стран и их проекты.

Ключевые слова: автомобильные дороги, окружающая среда, строительство.

TECHNOLOGIES OF ROAD CONSTRUCTION COMPANIES REDUCING THE LOAD ON THE ENVIRONMENT

Iulmukhametova A. A. bachelor's degree of the 4th year

*Supervisor: Z. F. Ibragimova, Candidate of Economics, Associate Professor
Bashkir State University, Ufa*

Abstract. The negative effects on the environment during the construction and operation of roads are described in the work, also it is explain measures that can significantly reduce the burden on the environment in the process of road construction. It also represents not only traditional, but also modern methods that reduce the negative impact on the environment. The experience of developing countries and their projects are also described.

Keywords: roads, environment, construction

Давно известно, что различные производства человеческой деятельности несут безграничную пользу городам и странам, но, к сожалению, они негативно сказываются на экологии нашей планеты. Из множества миллионов тонн вредных выбросов около 90% приходится на выбросы автомобильного транспорта и предприятий дорожно-строительного комплекса. Значение транспортных средств в загрязнении природных объектов крайне важна. Без сомнения, каждому известно, что транспортные средства являются основным источником шума в городах и вносит значительный вклад в тепловое загрязнение экологии. С приходом промышленной революции мы все чаще испытываем последствия перехода от ручного труда к машинному. К 21 веку дорожно-строительная деятельность уже проявила себя как мощный фактор, разрушающий окружающую среду. Как известно, под строительство дорог в 20 веке были выделены лучшие участки Земли, на которых раньше могли находиться пастбища и сельскохозяйственные поля.

Возведение автомобильных дорог как при строительстве, так и при эксплуатации неизбежно нарушает природное равновесие. При строительстве таких дорог происходит:

- 1) нарушение земной поверхности и разработка карьеров нерудных строительных материалов для создания дорожной насыпи, полотна и дорожных сооружений

- 2) вырубание лесов

- 3) уничтожение болот

- 4) снятие почвенного покрова

- 5) засыпание ручьев

- 6) уничтожение сельскохозяйственных земель и лугов

Мероприятия в процессе строительства, снижающие влияние на окружающую среду

Экологичные защитные насаждения – полосы, которые состоят из растений. Такие насаждения не только защищают почву и микроклимат, но и способствуют укреплению структуры ландшафта, его биологическому обогащению. Также они обеспечивают естественное существование живых микроорганизмов разных видов и способствуют регенерации земельных площадей, находящиеся рядом с дорогой. Площади, которые покрыты растительностью, в частности лесные угодья, задерживают пыль и пыльцу. Они способствуют уменьшению скорости ветра и повышенной влажности дорог. Чем шире полоса насаждений различной высоты и плотности, тем больше очищающий эффект. Почвозащитные насаждения оказывают благоприятное воздействие на микроклимат почвы, а шумозащитные валы позволяют существенно уменьшить уровень шума. Тем не менее, леса – наиболее устойчивая форма зеленых насаждений и имеют неоценимый вклад в экологию своей страны.

При массовых работах по строительству асфальтобетонных покрытий в атмосферу выбрасывается большое количество токсичных углеводородов. Результативный способ уменьшения выбросов – замена битумов при производстве асфальтобетона.

Современным и эффективным методом снижения загрязнения воздуха является замена традиционных двигателей на электрические. Сейчас их применение может широко применяться, так как прогресс идет далеко вперед, но значительным минусом такого метода является частая подзарядка аккумуляторов.

С недавних пор активно ведется деятельность по внедрению в производство асфальтобетонных смесей по известной технологии «Superpave». Данный метод – комплексная система проектирования состава асфальтобетонных и щебеночно-мастичных смесей, которая позволяет получить состав, максимально учитывающий особенности применяемых инертных материалов, условия эксплуатации асфальтобетонного покрытия по нагрузкам и климатическим параметрам.

Метод холодной регенерации представляет собой укрепление грунтов, каменных материалов и асфальтогранулята вяжущими материалами методом предварительного фрезерования и смешения на дороге. Этим как раз таки и достигается значительная экономия материала, требующаяся для данного метода. Помимо этого, разрушение прежнего покрытия позволяет устранить источник появления новых трещин. Утилизация старых покрытий при таком методе не требуется.

Дорожные разметки из термопластика в отличие от краски, обладает повышенной сопротивляемостью к износу, внешним воздействиям, выдерживает температурные перепады. В составе такого термопластика содержатся стеклянные микрошарики – световозвращающий материал, благодаря которому улучшается видимость разметки в темное время суток, и тем самым, предотвращает ДТП как с животными, так и с людьми.

Применение арочных засыпных мостов имеет ряд значимых преимуществ:

- располагаясь в насыпи, арочный мост не нарушает непрерывности земляного полотна, не изменяет условий движения транспорта по дороге, не создает стеснения проезжей части и обочин, обеспечивает идеальное сопряжение моста с насыпями подходов

- Расходы на эксплуатацию относительно малы, в сравнение от балочных мостов не имеет деформационных швов, шкафных стенок, переходных плит и опорных частей, которые существенно влияют на комфортность движения, долговечность сооружения

- элементы моста имеют небольшую массу, поэтому для сборки не требуется кранов высокой грузоподъемности, тем самым снижаются выбросы газа в атмосферу

Применение специальных добавок к асфальтобетонным смесям. Для улучшения сцепления битума с минеральными материалами применяются адгезионные присадки. Их использование позволяет повысить долговечность асфальтобетона.

Также в некоторых странах применяется технология изготовления асфальтовой смеси с добавлением пластика. Это не только решает проблему переработки пластиковых отходов, но и служит дольше обычного дорожного покрытия.

Необходимо также тщательное изучение и перенимание опыта ряда развивающихся стран, которые открыли новые методы, снимающие нагрузку на экологию.

Например, в Австралии разработан такой проект как SAMARIS, принцип которого направлен на определение методологии оценки конструкционных характеристик, безопасности и воздействия на окружающую среду альтернативных материалов в дорожном строительстве. В рамках проекта были разработаны механические модели и методы испытаний, которые привели к созданию первых спецификаций для переработанных

материалов, основанных на эксплуатационных характеристиках. Кроме того, дополнительно были разработаны технические руководства и рекомендации по надлежащим методам утилизации в проектах дорожного строительства.

Проект DIRECT-MAT (Технологии демонтажа и переработки дорожных материалов) по координации и поддержки со стороны FHRL. Он направлен на обмен европейским опытом по демонтажу и переработке дорожных материалов в новые дороги. В частности, в рамках проекта создается веб-база данных и подготавливаются руководства по передовой практике. Проект направлен на поддержку повседневной работы исследователей и органов по стандартизации, чтобы активно способствовать сокращению отходов, связанных с дорогами.

Новые концепции дорожного строительства (NR2C) – это крупный инновационный проект, который появился в результате растущего волнения о будущем европейской дорожной системы. Он направлен на разработку долгосрочного видения лучшей дорожной системы, которая может быть возможна, и активно ищет способы связать эти долгосрочные видения и идеи с практическими краткосрочными действиями. В основе проекта лежат четыре понятия - надежность, экологичность, безопасность и разумность, а также человечность, - с помощью которых можно определить критические пробелы в исследованиях и направлениях. После разработки новых концепций дорог будущего в рамках проекта NR2C разрабатываются инновации в трех широких категориях: городская инфраструктура, междугородная инфраструктура и инженерные сооружения. В настоящее время уже определены конкретные инновации, например, новые модели проектирования для развития новых улиц; в частности, дорожные покрытия с высоким процентом вторичной переработки, полужесткие покрытия без трещин, в которых используются побочные продукты промышленного производства, новые проекты по содержанию дорог, которые можно выполнять при любых погодных условиях; новые легкие мосты, которые легко собираются и быстро устанавливаются.

Можно выделить еще метод, который состоит в том, чтобы использовать стеклянный щебень в качестве заполнителя для слоя асфальтобетонного покрытия современных дорог. Но он также может использоваться и в составе допустимой инородной составляющей дорожного полотна и подстилающего слоя. Стекло можно получить из переработанных стеклянных бутылок и после сноса зданий.

Экологическое состояние окружающей среды все в большей мере становится одним из важнейших факторов, от которых напрямую зависит качество жизни людей в нашем веке. Это требует от государственной власти, ученых, специалистов, промышленников и предпринимателей самого тщательного учета экологических последствий применяемых технологий и осуществляемых производственных проектов, максимально бережного

отношения к природной среде, минеральным и биологическим ресурсам Земли.

Библиографический список

1. Дорожное строительство как фактор воздействия на окружающую среду [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://studref.com/307458/geografiya/dorozhnoe-stroitelstvo-faktor-vozdeystviya-okruzhayuschuyu-sredu>
2. Пьянников Е.Г. «Экологические особенности строительства дорог» [Электронный ресурс] – режим доступа https://otherreferats.allbest.ru/ecology/00832154_0.html
3. Современные технологии АО «Башкиравтодор» [Электронный ресурс] – режим доступа <https://башкиравтодор.рф/proizvodstvo-i-tekhnologii/sovremennye-tekhnologii.php>
4. L. Whistler, A. Farr, K. Wilson, J. Beauson, A. Matan, and L. Surawski, Reducing the environmental impact of road construction [Text] - 21-33 p.

Экономико-математическое
моделирование и экономическая
информатика



ИНФОРМАЦИОННЫЕ ERP - СИСТЕМЫ

Абалишин Е.А. бакалавр 4-го курса

Научный руководитель: Пономарев С.В, к.ф-м.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В работе раскрыты и классифицированы понятия информационной системы. Рассмотрены виды ERP-систем.

Ключевые слова: Информационная система, ERP-системы.

ERP INFORMATION SYSTEMS

Abalishin E.A. Bachelor of the 4th year

Scientific supervisor: S.V. Ponomarev, Ph.D., Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. The paper reveals summarizes and classifies the concepts of an information system. The types of ERP systems are considered.

Keywords: Information system, ERP systems.

Для современной организации информационные системы (далее – ИС) являются обязательным элементом ИТ-инфраструктуры, которые применяются для повышения эффективности деятельности коммерческих, промышленных предприятий и государственных учреждений, проведения анализа и выявления существующих проблем, принятия мер для их устранения. Современные ИС выполняют следующие задачи: получение и хранение информации, её обработку и дальнейшую передачу тем ответственным сотрудникам и руководителям организаций, которым она необходима для принятия необходимых управленческих решений в разных сферах деятельности. В ходе функционирования ИС создается новая информационная продукция, включающая в себя массивы информации и базы данных, а так же оказываются различные информационные услуги.

Таким образом, можно сделать вывод, что процессы получения, обработки, хранения и передачи необходимой информации, создания информационной и технической среды для осуществления эффективного управления как организацией в целом, так и всеми её ресурсами, можно отнести к основной цели ИС, разрабатываемых и применяемых для осуществления повседневной деятельности различных организаций, независимо от форм их собственности и административной подчинённости.

Понятие ИС можно трактовать как в широком, так и в узком смысле этого слова [5]. В широком смысле ИС - есть совокупность технического, программного и организационного обеспечения, а также персонала, предназначенная для того, чтобы своевременно обеспечивать надлежащих людей необходимой им информацией. Так, по мнению известного ученого в области информатики М.Р. Когаловского, сама ИС, помимо данных, программ, аппаратного обеспечения и людских ресурсов, включает в себя

дополнительно и коммуникационное оборудование, лингвистические средства и информационные ресурсы, которые в целом и образуют систему, обеспечивающую «поддержку динамической информационной модели некоторой части реального мира для удовлетворения информационных потребностей пользователей».

В узком смысле ИС – представляет собой только подмножество компонентов ИС, включающая базы данных, системы управления базами данных (СУБД) и различные программы. В этом случае ИС, рассматривают как программно-аппаратную систему, предназначенную для автоматизации целенаправленной деятельности конечных пользователей, обеспечивающую, в соответствии с заложенной в неё логикой обработки, возможность получения, модификации и хранения информации. При одновременном использовании всех перечисленных составных частей системы, возникает возможность провести работу по автоматизации процессов управления информацией, необходимой для её пользователей. Согласно российских стандартов ГОСТ РВ 51987 и ГОСТ Р53622, определяющих основные требования к ИС - под ИС понимают автоматизированную систему, состоящую из разных типов вычислительных средств, и в результате функционирования которой происходит представление выходной информации, необходимой для последующего её использования и достижения поставленных целей и задач перед организацией.

В деятельности практически любой организации ИС подразумевает собой совокупность применяемого в организации программного обеспечения, с помощью которого достигаются стратегические задачи, установленные руководством организаций. Особое место среди ИС занимают единые корпоративные ИС, создание и внедрение которых в организациях необходимо для удовлетворения всех и информационных потребностей её сотрудников, служб и подразделений организации. Однако на практике, создание такой всеобъемлющей ИС вызывает большие проблемы и сложности в их реализации, а порой даже не представляется возможным, так как в организации обычно функционируют одновременно несколько различных ИС, решающих отдельные группы задач: управление производством, выполнение работ (оказание услуг), маркетинг, финансово- хозяйственная деятельность и так далее. При этом, для достижения определённой части задач, применяются одновременно несколько ИС, а при выполнении другой части задач не применяются возможности ИС, и они остаются вообще не охвачены процессом автоматизации. К сожалению, такая ситуация половинчатой автоматизации, является довольно типичной для многих организаций.

В организациях и на предприятиях, в качестве основного технического средства ИС для обработки информации используют персональные компьютеры (ПК). Надо отметить, что ИС тесно взаимосвязана с одним из её главных составляющих элементов ПК. Это проявляется в том, что

ПК, оснащенные специализированными программными средствами, по сущности своей являются всего лишь технической базой и инструментом для работы сотрудниками организаций в ИС. Но и ИС не может работать сама по себе без привлечения квалифицированного персонала, который ежедневно и постоянно взаимодействует с ПК компьютерами и телекоммуникациями, в ходе выполнения своей работы.

По мере развития и совершенствования информационных технологий, появились возможности к существенному расширению новых функций ИС, так необходимых для совершенствования процесса управления в организациях. Со временем это послужило для выработки основных требований к ИС и принципам её построения.

Попробуем сформулировать и определить основные требования к ИС:

- В организациях постоянно существует потребность сделать прогноз какой-либо возможной ситуации, а для этого необходима организация процессов обработки всей поступившей и переданной информации в реальном времени;

- Вся информация, поступающая в организацию из разных источников, должна быть обработана в ИС, поэтому появилось такое новое требование как универсальность, то есть способность системы работать с любой разной информацией;

- Для улучшения процессов управления и принятия решений, проведения анализа и совершенствования бизнес-процессов в организации потребовалось применение самых современных средств анализа и графического отображения информации, позволяющих сотрудникам и руководителям организации наглядно получать всю необходимую информацию о динамике бизнес-процессов, способах проведения их анализа и измерения с учётом заранее заданных параметров в ИС.

Определив основные требования к ИС, перечислим основные принципы её построения [6]:

- Системность, позволяющая выявить и установить порядок взаимодействия между отделами и бизнес-процессами в организации;

- Совместимость, которая позволяет разработать и внедрить в организации ИС, использующую стандартные решения, в которых применяются уже ранее использованные в других организациях виды обеспечения (программное, техническое, информационное, правовое обеспечение и другое);

- Совершенствование, заключающееся в разработке и в сопровождении новых решений для удовлетворения запросов всех пользователей ИС в организации;

- Эффективность, которая измеряется соотношением потраченных финансовых, трудовых и материальных ресурсов на разработку и внедрение ИС и тех результатов, которые были получены при использовании данной ИС в организации для достижения поставленных целей;

- Безопасность, включающая в себя целый комплекс мер по защите принимаемой и передаваемой информации, как внутри самой организации, так и в обмене информационными потоками со сторонними организациями и учреждениями.

Особо стоит отметить, что на рынке ИС особое место отводится корпоративным ИС (КИС), число которых на рынке достаточно велико и исчисляется десятками. Все КИС по своему предназначению можно условно разделить на несколько больших классов: финансово - управленческие и производственные. Первый из двух классов необходим для ведения учета по одному или нескольким направлениям деятельности организации, например: ведение бухгалтерской отчетности, реализация и хранение товаров, кадровая работа, делопроизводство и так далее. Второй класс имеет более большой диапазон деятельности и охватывает собой управление и планирование всего производственного процесса организации. При планировании и проведении работ по внедрению КИС, а так же по автоматизации всех основных процессов, можно попытаться достичь совсем другого уровня в системе управления организацией, что в свою очередь позволит в разы повысить эффективность применяемых в организации процессов и построить именно ту схему управления бизнес-процессами, которая будет представлять единую и взаимосвязанную между собой систему, состоящую из отдельных её элементов. Если при разработке ИС был правильно выбран и построен алгоритм её работы, то это создаст существенные преимущества в жизнедеятельности любой организации, что в свою очередь повысит её конкурентоспособность по сравнению с профильными организациями, и позволит достичь ей значительных результатов в бизнесе. Именно для таких задач как автоматизация бизнес-процессов в организации и предусмотрены ERP-системы, которые будут рассмотрены нами дальше.

Любая организация, которая ставит перед собой стратегические задачи по дальнейшему росту и развитию, улучшению показателей своей работы, а так же совершенствованию системы управления в организации, должна в таком случае в обязательном порядке провести работы по внедрению ERP-системы в ИС организации [2].

ERP- это такая система, которая включает в себя практически все задачи и задания, стоящие перед организацией, реализацию которых удастся решить в рамках применения одной большой и унифицированной программы. Работа этой программы построена таким образом, что все сотрудники организации могут без проблем обмениваться любой информацией между собой, общаться друг с другом, используя при этом принцип общего доступа к единой базе данных. Внедрение в организациях современной ERP-системы позволяет прежде всего, провести замену уже отслуживших свой срок компьютерных систем, обеспечивающих задачи по управлению персоналом, контролю над производством, хранением, реализацией

товаров и проведением работ (оказанием услуг) организаций на одну унифицированную систему, которая представляет собой набор определенных модулей, позволяющих повторять уже имеющийся функциональные возможности ранее применяемых в организации систем. Главным преимуществом применения ERP- системы является то, что все программы которые предназначены для обслуживания финансов, бухгалтерии, планирования, производства товаров, их хранения и реализации, будут взаимосвязаны, а каждый отдел может пользоваться информацией из другого отдела. К тому же появилась возможность устанавливать программы частями без приобретения всего комплекса программ, что в свою очередь экономит финансовые ресурсы организации. А самое главное, что ERP-системы сами по себе очень гибкие и легко настраиваются при внедрении и эксплуатации ИС в организации.

В настоящее время в России представлено довольно большое количество ERP- систем, которые успешно функционируют и развиваются. Самые масштабные и известных из них, это: 1С, Microsoft, Галактика, SAPSE, Компас, Парус, Infor, Oralse и др. системы.

В данной работе проведём сравнительный анализ наиболее популярных и распространённых на российском рынке ERP-систем, а именно: «1С:ERP Управление предприятием», «SAP SE», «MicrosoftDynamicsAX (Axapta)» и «Галактика», который представлен в таблице 1.

Таблица 1. Сравнительный анализ ERP-систем

Наименование	Достоинства	Недостатки	Стоимость
1С:ERP Управление предприятием	Многофункциональность, модульность, многофакторность, надежность.	Сложности в локализации в связи с тем, что продукт специфичен для применения в российских системах.	Базовая серверная лицензия-194,4 тыс. руб. Клиентская лицензия на 1 рабочее место-2.8 тыс. руб. Клиентская лицензия на 50 рабочих мест-162 тыс. руб.
SAP SE ERP	Комплексность, позволяющая практически полностью охватить все процессы организации. Модульность, в которой каждый элемент работает в одном из двух режимов: автономном или с другим эле-	Закрытость системы, в связи с чем, что любые доработки приходится делать централизованно. Значительный рост цен на лицензии.	Стоимость лицензий от 160 тыс. руб. Минимальная настройка SAP ERP - интеграция 2 систем 170 тыс. руб., 1800 тыс. руб.

	ментом.		
Mi-crosoftDy-namicsAX (Ахарт) ERP	Удобный для пользования интерфейс на русском языке, возможность ведения основных видов отчётностей согласно требований российского законодательства.	Высокая стоимость программирования и технической поддержки, медленная работа системы в связи с большой функциональной перегрузкой форм документов и интерфейса	Стоимости 1 лицензии составляет от 20 до 150 тыс. руб. на пользователя
Галактика ERP	Возможность применения различных видов обмена информацией между разными системами, подключение к работе одновременно несколько работающих пользователей.	Нет функции оптимизации процессов. Отсутствует функциональность, востребованная крупными организациями.	Стоимость 1 лицензии в среднем составляет от 14 до 90 тыс. рублей

Проведённый нами анализ представленных в Таблице 1 основных преимуществ, недостатков, стоимости приобретения лицензий на вышеуказанные четыре ERP-системы, можно сделать следующий вывод, что программные решения семейства 1С, вполне заслуженно занимают значительную часть рынка в нашей стране.

В заключении можно смело утверждать, что в России, «1С» уже давно приобрела статус отраслевого стандарта для ведения бухгалтерского учета и управления ресурсами организации, что позволяет тем организациям, которые внедрили у себя эти отечественные информационные технологии - эффективно и качественно управлять на очень высоком уровне своими бизнес-процессами, а так же своевременно и без каких либо замечаний, сдавать свою отчетность, оформленную в строгом соответствии с существующими нормативными актами в этой области.

Библиографический список

1. Бабаш, А.В. Информационная безопасность. Лабораторный практикум Электронные приложения на сайте [www. book. ru](http://www.book.ru): учебное пособие / Бабуш А.В., Баранова Е.К., Мельников Ю.Н. — Москва: КноРус, 2021. — 131 с.
2. Всяких, Е.И. Практика и проблематика моделирование бизнес-процессов. / Е.И. Всяких, А.Г.Зуева, Б.В.Носков, – 2-е изд., (эл.) – Москва: ДМК Пресс, 2018 – 248 с.
3. Федорова, Г.Н. Информационные системы: Учебник / Г.Н. Федорова. - М.: Academia, 2018. - 384 с.
4. Чудинов И.Л. Информационные системы и технологии: учебное пособие / И.Л. Чудинов, В.В. Осипова; Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2013., с. 19-20.

5. Современные информационные системы: обзор и основные характеристики [Электронный ресурс]. Режим доступа https://yandex.ru/turbo/_fb.ru/s/article/448596/sovremennyye-informatsionnyie-sistemyi-obzor-i-osnovnyie-harakteristiki
6. Принципы построения ИС [Электронный ресурс]. Режим доступа. https://studopedia.ru/2_63840_printsipi-postroeniya-informatsionnih-sistem.html.

УДК 658.3.07

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ИННОВАЦИЙ НА ПОКАЗАТЕЛИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «АГРОБИЗНЕСЛАЙН»

Ахияров Ш.Ш. магистрант 2 курса

*Научный руководитель: Ибрагимова З.Ф., к.э.н., доцент
Бакирский государственный университет, Уфа*

Аннотация. В работе сформированы модели влияния инноваций на показатели развития предприятия, которые позволят определить на какие показатели и в какой степени влияют инновации. Рассмотрена взаимосвязь факторов внешней среды по EFAS-анализу с показателями развития предприятия в секторе грузоперевозок.

Ключевые слова: EFAS-анализ, корреляционно-регрессионный анализ, модели инновации, качество модели.

ASSESSMENT OF THE IMPACT OF INNOVATIONS ON THE DEVELOPMENT INDICATORS OF THE ENTERPRISE LLC "AGROBUSINESSLINE"

Akhiyarov S.S. master's student of the 2nd year

*Supervisor: Z.F. Ibragimova, Candidate of Economics, Associate Professor
Bashkir State University, Ufa*

Abstract. Models of the impact of innovations on the indicators of enterprise development have been formed, which will allow determining which indicators and to what extent innovations affect. The interrelation of environmental factors according to EFAS analysis with the indicators of enterprise development in the cargo transportation sector is considered.

Keywords: EFAS analysis, correlation and regression analysis, innovation models, model quality.

В современном мире крайне актуально сформировать модели влияния инноваций на показатели развития предприятия, которые позволят определить на какие показатели и в какой степени влияют инновации.

Среди показателей развития предприятия в секторе грузоперевозок целесообразно использовать такие, как:

- объем продаж; обозначим этот показатель как фактор Y_1 ;
- чистая прибыль; обозначим этот показатель как фактор Y_2 ;
- доля на рынке; обозначим этот показатель как фактор Y_3 ;

Имеется множество показателей инноваций, которые можно использовать в секторе грузоперевозок для влияния на показатели развития пред-

приятия. Среди показателей, оценивающих наиболее сильные факторы внешней среды по EFAS-анализу, можно выделить

- долю интернет-заказов (фактор «Расширение Интернет-возможностей (заявки офф-лайн)» имеет максимальную силу влияния – 5 баллов); обозначим этот показатель как фактор X_1 ;

- долю использования GPS, ГЛОНАСС (фактор «Развитие технологий в сфере развития автотранспорта» имеет максимальную силу влияния – 5 баллов); обозначим этот показатель как фактор X_2 ;

- долю автомобилей, использующих новый стандарт топлива (сейчас это «Евро-6») (фактор «Ужесточение экологических требований к автомобилям («Евро-6»)» имеет максимальную силу влияния – 5 баллов); обозначим этот показатель как фактор X_3 ;

Среди показателей, оценивающих наиболее сильные факторы внутренней среды по EFAS-анализу, можно выделить

- долю заказов, использующих новейшее программное обеспечение (фактор «Новейшее программное обеспечение («TransTrade» International), «Экспедирование и грузоперевозки» имеет силу влияния – 4 баллов); обозначим этот показатель как фактор X_4 ;

- уровень затрат на инновации; обозначим этот показатель как фактор X_5 ;

Таким образом, выстраивается система результирующих показателей (факторы Y_1, Y_2, Y_3) и факторный показателей (факторы X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) (рисунок 1).

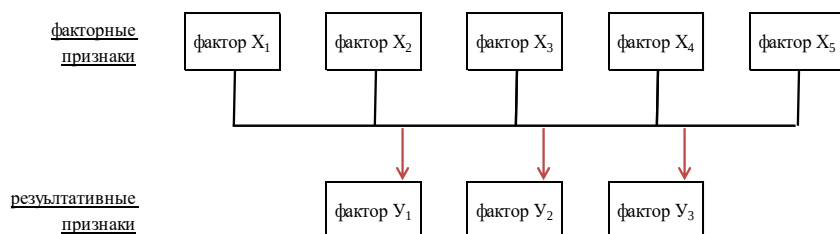


Рисунок 1. Факторы, участвующие в формировании модели влияния инноваций на показатели развития ООО «Агробизнеслайн»

Соответственно, можно сформировать 3 модели влияния инноваций на показатели развития предприятия и охарактеризовать их функцией регрессии:

1 модель: влияния инноваций на такой показатель развития предприятия как «объем продаж»:

$$Y_1 = f(x_1, x_2, \dots, x_5) \quad (1)$$

2 модель: влияния инноваций на такой показатель развития предприятия как «чистая прибыль»:

$$Y_2 = f(x_1, x_2, \dots, x_5) \quad (2)$$

3 модель: влияния инноваций на такой показатель развития предприятия как «доля на рынке»:

$$Y_3 = f(x_1, x_2, \dots, x_5) \quad (3)$$

Оценка влияния инноваций на показатели развития ООО «Агробизнес-лайн» может быть основана на результатах корреляционно-регрессионного анализа.

Методы корреляционно-регрессионного анализа позволяют решать три основные задачи: определение формы связи между результативными и факторными признаками, измерение тесноты связи между ними, анализ влияния отдельных факторных признаков.

Основными этапами корреляционно-регрессионного анализа являются:

Этап 1. Построение системы показателей (факторов). Сбор и предварительный анализ исходных данных. Построение матрицы коэффициентов парной корреляции.

Этап 2. Выбор вида модели и численная оценка ее параметров.

Этап 3. Проверка качества модели.

Выбор факторов, влияющих на исследуемый показатель, производится из содержательного экономического анализа (они выделены на рис. 1).

Этап 1. Построение системы показателей (факторов). Построение матрицы коэффициентов парной корреляции.

В систему показателей (факторов) входят:

Зависимая переменная:

Y_1 – величина выручки от реализации, тыс. руб.

Y_2 – величина чистой прибыли, тыс. руб.

Y_3 – доля на рынке, %.

В качестве объясняющих переменных выбраны следующие факторы:

X_1 – доля интернет-заказов;

X_2 – долю использования GPS, ГЛОНАСС, %;

X_3 – доля автомобилей, использующих новый стандарт топлива;

X_4 – долю заказов, использующих новейшее программное обеспечение.

X_5 – уровень затрат на инновации, % к затратам.

Статистические данные взяты за период функционирования предприятия – за период с 2013 г. по 2020 г., т.е. за 8 периодов по всем показателям и приведены в табл.20.

В данном случае $n = 8$ (количество наблюдений), $m=5$ (количество переменных).

Основная задача корреляционного анализа заключается в выявлении взаимосвязи между случайными переменными путем оценки парных (частных) коэффициентов корреляции, а также отбор факторов, оказывающих наиболее существенное влияние на результативный признак.

Таблица 1. Исходные данные для построения модели 1

Период	Y ₁	Y ₂	Y ₃	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅
2013 г.	152 635	152 635	3,8	0,056	0,563	0,152	0,745	0,019
2014 г.	185 636	185 636	4,5	0,074	0,569	0,186	0,769	0,026
2015 г.	191 256	191 256	4,9	0,110	0,591	0,386	0,815	0,029
2016 г.	235 126	235 126	4,5	0,136	0,550	0,381	0,866	0,034
2017 г.	275 696	275 696	4,4	0,145	0,587	0,265	0,894	0,039
2018 г.	311 605	311 605	4,6	0,256	0,685	0,415	0,914	0,041
2019 г.	358 306	358 306	4,8	0,398	0,745	0,462	0,929	0,044
2020 г.	395 252	395 252	5,1	0,436	0,748	0,466	0,941	0,045

Расчет коэффициентов парной корреляции осуществлен с помощью инструмента «Корреляция» MS Excel.

По модели 1:

Анализ матрицы коэффициентов парной корреляции показывает, что зависимая переменная Y₁, т.е. выручка от реализации, имеет весьма тесную связь с фактором X₁ ($r_{yx1}=0,963$), с фактором X₄ ($r_{yx4}=0,9477$), с фактором X₅ ($r_{yx5}=0,9589$).

Однако, между факторами X₁-X₄ и X₄-X₅ наблюдается сильная мультиколлинеарность: $r_{x1x4}=0,8132 > 0,7$, $r_{x4x5}=0,9903 > 0,7$, поэтому фактор X₄ целесообразно устранить из дальнейшего анализа.

После исключения незначимых факторов получим модель влияния на фактор Y₁ факторов X₁ и X₅.

По модели 2:

Корреляционный анализ показал, что из всех переменных оставим в модели X₂, X₅, т.к. это значимые переменные:

$$t_{yx2} > t_{\text{табл}}, t_{yx5} > t_{\text{табл}},$$

После исключения незначимых факторов получим модель влияния на фактор Y₂ факторов X₂ и X₅.

По модели 3:

Корреляционный анализ показал, что из всех переменных оставим в модели X₂, X₃, т.к. это значимые переменные:

$$t_{yx2} > t_{\text{табл}}, t_{yx3} > t_{\text{табл}},$$

После исключения незначимых факторов получим модель влияния на фактор Y₃ факторов X₂ и X₃.

Этап 2.

Уравнение регрессии зависимости переменной Y₁ от X₁, X₅, полученное с помощью инструмента «Регрессия» MS Excel, имеет вид:

$$Y_1 = 38308,04 + 315599,11 * X_1 + 4659268,84 * X_5 \quad (4)$$

Уравнение регрессии зависимости переменной Y_2 от X_2 , X_5 , полученное с помощью EXCEL, имеет вид:

$$Y_2 = -104163,56 + 180368,50 * X_2 + 351014,47 * X_5 \quad (5)$$

Уравнение регрессии зависимости переменной Y_3 от X_2 , X_3 , полученное с помощью EXCEL, имеет вид:

$$Y_3 = 3,55267 + 0,2711 * X_2 + 2,5110 * X_3 \quad (6)$$

Этап 3. Проверка качества модели

Качество модели оценивается стандартным для математических моделей образом: по адекватности и точности на основе анализа остатков регрессии e .

Все результаты оценки адекватности и качества модели отразим в таблице 2.

Таблица 2. Результаты оценки адекватности и качества модели 1

Критерий	Модель 1		Модель 2		Модель 3	
	Значение	Вывод	Значение	Вывод	Значение	Вывод
Коэффициент детерминации	0,987	адекватна	0,676	адекватна	0,686	адекватна
F-критерий Фишера	191,19	адекватна	5,22	адекватна	5,45	адекватна
Мат.ожидание = 0	0,000	адекватна	0,000	адекватна	0,000	адекватна
Критерий Дарбина-Уотсона	2,050	адекватна	0,503	не адекватна	1,946	адекватна
RS-критерий	2,287	адекватна	2,784	не адекватна	2,858	адекватна
Отн. ошибка аппроксимации	1,160	адекватна	15,600	не адекватна	2,020	адекватна

Таким образом, обоснована необходимость сформировать 3 модели влияния инноваций на показатели развития предприятия:

1-я модель: влияния инноваций на показатель «объем продаж».

Корреляционный анализ из 5 исходных факторов выявил 2 фактора, значимо влияющих на результирующий фактор Y_1 в данной модели: X_1 и X_5 , т.е. на объем продаж значимо влияют такие факторы, как «доля интернет-заказов» и «уровень затрат на инновации». Это означает, что в современных условиях объем продаж в сфере грузоперевозок определяется инновациями и интернет-технологиями.

2-я модель: влияния инноваций на показатель «чистая прибыль»: Корреляционный анализ из 5 исходных факторов выявил 2 фактора, значимо влияющих на результирующий фактор Y_2 в данной модели: X_2 и X_5 , т.е. на чистую прибыль значимо влияют такие факторы, как «долю использования GPS, ГЛОНАСС» и «уровень затрат на инновации». Это означает, что в современных условиях чистая прибыль в сфере грузоперевозок также определяется инновационными решениями.

3-я модель: влияния инноваций на показатель «доля на рынке». Корреляционный анализ из 5 исходных факторов выявил 2 фактора, значимо влияющих на результирующий фактор Y_3 в данной модели: X_2 и X_3 , т.е. на долю на рынке значимо влияют такие факторы, как «долю использования GPS, ГЛОНАСС» и «уровень затрат на инновации». Это означает, что в современных условиях доля на рынке в сфере грузоперевозок также определяется инновационными решениями.

Данный подход определяет возможность для предприятия воздействовать на определённый набор факторов и «просчитывать» эффекты: из моделей видно, что в современных условиях на показатели развития предприятия в сфере грузоперевозок серьезное влияние оказывают инновации и интернет-технологии.

Библиографический список

1. Арнаут Т.А. Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования / Т.А. Арнаут // М. Юрайт. – 2020. – №5. – С. 11-17.
2. Кораблина А. А. Инновационная деятельность предприятия: проблемы совершенствования / А.А. Кулибина // Концепт. – 2019. – № 11. – С. 2011–2015.
3. Кузнецов А. Л. Аспекты формирования модели стратегического инновационного менеджмента промышленного предприятия / А.Л. Кузнецова // Вестник Евразийской науки. – 2020. – №4. – С. 36-43.

УДК 004.9

WEB-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ

Голубовская А.Н. бакалавр 4-го курса

Научный руководитель: Пономарев С.В., к.ф-м.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье рассматриваются некоторые особенности web-сайта в качестве инструмента воздействия на клиентов организации. Определяется роль web-сайта в развитии организации. Также определяются основные характеристики сайта, а также задачи его использования.

Ключевые слова: web-сайт, маркетинг, коммерческая организация, интернет, инструмент продвижения, реклама.

THE WEBSITE OF THE ORGANIZATION AS A TOOL OF INTERACTION WITH CLIENTS

Golubovskaya A.N. 4th year bachelor

Scientific adviser: Ponomarev S.V., candidate of physical and mathematical sciences, associate professor

Kaluga branch of the Financial University, Kaluga

Annotation. The article discusses some of the features of the website as a tool to influence the organization's customers. The role of the website in the development of the or-

ganization is determined. It also defines the main characteristics of the site, as well as the tasks of its use.

Keywords: website, marketing, commercial organization, internet, promotion tool, advertising.

В современном обществе с каждым днем процессу компьютеризации уделяется все больше внимания. Коммерческие организации ради большего успеха хотят иметь свое собственное успешное продвижение в интернете.

Интернет в современных реалиях представляет собой весьма успешное и эффективное средство коммуникации. Неудивительно, что компании, активно продвигающие использование интернета в работе, имеют множество конкурентных преимуществ на рынке. Для малых и средних организаций интернет является порой единственным способом заявить о себе. Благодаря интернету клиенты могут получить полезную информацию о самой компании и о ее продукции. Конечно же, существует и иные способы донести информацию до конечного потребителя, но все же интернет имеет огромный ряд преимуществ по сравнению с ними.

В целом, появление бурного развития интернет сайтов привело за собой настоящую революцию в области управления и функционирования бизнеса [3, с.9].

Привлечение клиентов при помощи интернета является более эффективным способом на сегодняшний день по сравнению с рекламой на телевидении или наружной рекламой. В первую очередь такая тенденция обусловлена тем, что с каждым днем активных пользователей интернета становится все больше и больше. Web-сайт является некоторого рода «визитной карточкой» компании. Благодаря ему компания может донести информацию для потенциального клиента о преимуществах приобретения или использования их товаров и услуг.

Любая организация, которая хоть каким-то образом связанная с продажами, абсолютно всегда ведет работу по установлению связи с клиентом. Данный процесс преследует следующие основные цели:

- информирование;
- убеждение;
- побуждение клиента к приобретению товара или услуги [2, с.25].

Web-сайт в данном случае используется как средство коммуникационного процесса. Современное общество почти не слушает радио, не читает газет, не смотрит телевизор, а в целом и зачем им это надо, ведь вся необходимая информация есть в интернете. Особенно это касается молодежи, которая проводит в интернете все свое время и, в частности, является экономически активной частью населения. В целом, интернет-маркетинговая коммуникация дает возможность компании быть ближе к своим клиентам, общаясь с ними в более привычной для них обстановке.

Все это создает некоторого рода ощущение близости, открытости и честности для клиентов.

Основным способом получения информации потребителем от продавца является конечно же реклама. Рекламные инструменты в интернете работают так, чтобы завлечь пользователей на сайт и в дальнейшем продвигать его.

Рассмотрим основные инструменты рекламы web-сайта в Интернете:

1. Баннерная реклама.

Хороший инструмент внешней рекламы, один из наиболее часто используемых способов размещения рекламы на сайте, и привлекает посетителей.

2. Письма на электронную почту, а также интернет-сервис на основании списка рассылки.

3. Регистрация сайта в web-каталоге и индексация ресурса поисковыми системами.

Огромное количество людей, которые собираются открыть свой бизнес, зачастую стараются действовать очень быстро и не тратят время на составления четких планов. Это несомненно является большой ошибкой, что в последствии оборачивается разочарованием из-за неудачных результатов их «детища». Таким образом, слишком большая спешка на старте бизнеса приводит к потере как времени, так и денег. Обычно, если перед началом создания бизнеса, у создателя есть время на продумывание нюансов его дальнейшей работы, в том числе и с сайтом, вероятность успеха достаточно велика [4, с.37].

Создание сайта – весьма важная задача во всех отраслях экономики. Если решено реализовать отличную идею, то главное – поставить перед собой цели. Если не сделать это до того, как сайт будет создан, то окончательные цели останутся неопределенными, как и весь проект. Помимо четко сформулированных целей, можно создать сайт с большей или меньшей информацией.

Постановка целей при создании веб-сайта может сэкономить много времени и денег. Среди целей выделяют следующие направления:

- продажи;
- привлечение клиентов;
- продуктовая линейка;
- долгосрочные отношения с клиентами;
- доступность и узнаваемость бренда с помощью цифровых медиа.

Одна область может подходить сразу для многих целей, и есть комплексные проекты, выполняющие все эти задачи. Очень важно правильно определить тип продукта и, исходя из этой информации, остальные составляющие работы при создании сайта.

Следующим шагом является определение целевой аудитории. В этот момент перед хозяйствующим субъектом встают следующие вопросы:

- Что такое веб-сайт?
- Каковы предпочтения потенциальных покупателей?
- Какая информация будет им полезна и интересна?
- Что им больше нравится: читать или смотреть контент?
- Какие социальные сети они используют?
- Можно ли поддерживать с ними связь по электронной почте?

Это далеко не весь список вопросов, которые можно задать перед созданием сайта, его можно расширять в зависимости от предлагаемого контента и услуг.

Любой сайт – это инструмент воздействия и взаимодействия с ограниченным числом целевых групп, в которых заинтересован владелец сайта. Следующие разделы отвечают за то, насколько сайт в полной мере использует возможности доступа в Интернет и насколько эффективно решает поставленные перед ним задачи:

- информационное наполнение;
- функциональность сайта;
- удобство использования;
- дизайн;
- техническая реализация;
- маркетинговая составляющая [1, с.94].

Наличие у хозяйствующего субъекта web-сайта в современных реалиях считается не просто престижным, а некоторого рода необходимостью. Эффективность проводимых рекламных мероприятий в интернете увеличивается при наличии собственного сайта организации. При любом упоминании организации в интернете или в каких-то новостных лентах все ссылки делаются исключительно на сайт компании. Более того, информация о поведении клиентов на сайте может незамедлительно попадать в информационную систему хозяйствующего субъекта, что может служить основой для принятия решения об изменении политики качества обслуживания. Создание и дальнейшая поддержка web-сайта стали основой PR-деятельности в сети.

Итак, в заключении стоит отметить, что привлечение клиентов при помощи интернета является более эффективным способом на сегодняшний день по сравнению с рекламой на телевидении или наружной рекламой. В первую очередь такая тенденция обусловлена тем, что с каждым днем активных пользователей интернета становится все больше и больше. К созданию сайта с нуля стоит подходить любой организации более ответственно, чтобы получить максимальную выгоду от своей деятельности. Ведь залог успеха в продажах складывается за счет повышения доверия со стороны клиентов организации.

Библиографический список

1. Алексеев А.С. Web-сайт компании как инструмент развития электронного бизнеса // Развитие предпринимательства в России - история, опыт, перспективы: региональный аспект. Сборник материалов Международной научно-практической конференции преподавателей, студентов, магистрантов, аспирантов. В 2-х частях. Симферополь, 2021. С. 92-95.
2. Герасимович О.В. Web-сайт организации как инструмент продвижения компании // В сборнике: Наука и образование в условиях цифровой экономики: мировой опыт и национальные приоритеты. Сборник статей XVII Международной научно-практической конференции. 2020. С. 24-28.
3. Жуков Д.А. Разработка web-сайта для строительных организаций / Д.А. Жуков, Д.В. Гулякин // Тенденции развития науки и образования. 2021. № 78-2. С. 8-11.
4. Казымов Р.Т. Опыт создания web-сайта организации // В сборнике: Национальные приоритеты социально-экономического развития России. Сборник материалов II Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. 2020. С. 35-40.
5. Седаев П.В. Web-сайт туристического предприятия как важный элемент продвижения и реализации организации // В сборнике: Избранные вопросы науки XXI века. Сборник научных статей. Москва, 2020. С. 98-101.

УДК 004.67

РОЛЬ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Горелова Д.Д., бакалавр 4 курса

*Научный руководитель: **Пономарев С.В.**, к. ф.-м. н.*

Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация: Электронный документооборот в настоящее время уже не является чем-то новым и не понятным. Но его роль в деятельности предприятия остается, по сей день, актуальным вопросом. Современная экономика диктует такие условия, что традиционный, бумажный документооборот не справляется со своей задачей. Документ является носителем экономической и управленческой информации, таким образом, его можно описать как источник функционирования внутреннего контроля предприятия, поэтому очень важно обеспечивать документу правильное движение по всем каналам для обеспечения деятельности предприятия.

В данной статье разобраны такие вопросы как документ и виды документов, документооборот, сферы применения и проблемы отсутствия системы документооборота, электронный документооборот и его преимущества, а также проблемы, которые решаются с появлением электронного документооборота на предприятии.

Ключевые слова: документ, документооборот, электронный документооборот, предприятие.

THE ROLE OF ELECTRONIC DOCUMENT MANAGEMENT IN THE COMPANY'S ACTIVITIES

Gorelova D.D., Bachelor of the 4th year

*Supervisor: **Ponomarev S.V.**, Candidate of Physics and Mathematics,
Associate Professor*

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract: Electronic document management is no longer something new and not understood. But his role in the company's activities remains, to this day, an urgent issue. Modern economics dictates such conditions that the traditional, paper-based document flow does not cope with its task. The document is a carrier of economic and managerial information, so it can be described as a source of functioning of the internal control of the enterprise, therefore it is very important to ensure the correct movement of the document through all channels to ensure the activities of the enterprise.

This article examines such issues as the document and types of documents, document management, the scope and problems of the lack of a document management system, electronic document management and its advantages, as well as problems that are solved with the advent of electronic document management at the enterprise.

Keywords: document, document management, electronic document management, company.

В условиях современного законодательства и экономики, каждое предприятие, осуществляя свою деятельность, обязано вести необходимую документацию, такую как: всевозможные отчеты, служебные записки, заявления, приказы и т.п. Согласно национальному стандарту РФ, документом принято называть любую информацию, зафиксированную на носителе с реквизитами, которые позволят ее идентифицировать. Документы ежедневно создаются и редактируются на предприятии, а также проходят большой путь от «начала» до исполнения и сдачи в архив [1].

Документы, которые существуют в хозяйственной деятельности предприятия, можно разделить по следующим признакам:

По отношению к предприятию бывают внутренние документы, которые создаются сотрудниками на предприятии для проведения внутренних операций и внешние документы, которые поступают «извне» на предприятие и отражают отношения между предприятием со своими контрагентами.

По порядку отражения информации выделяют первичные документы, которые содержат начальную информацию, полученную в процессе исследования, наблюдения и анализа, а также вторичные документы, которые составляются уже на основе первичных документов.

По назначению можно выделить распорядительные документы, которые содержат информацию о разрешении на выполнение конкретной операции, такие как постановления, приказы и распоряжения. Оправдательные документы, которые включают данные о результатах исполнения распоряжения, например квитанции, накладные, кассовые чеки, приходо-сдаточные акты. Бухгалтерские документы, которые необходимы для дальнейшего использования в учетном процессе, примером служит счет на оплату услуг и материалов, чеки, накладные, акт выполненных работ и оказание услуг. Комбинированные документы это интеграция распорядительных, оправдательных, бухгалтерских документов, например: расчетно-

плановая ведомость на оплату труда, приходные и расходные кассовые ордера.

По содержанию выделяют материальные документы, отражающие движение товарно-материальных ценностей. Денежные документы, содержащие операции с наличными и безналичными средствами предприятия. Расчетные документы, которые необходимы для оформления расчетов со своими контрагентами по внешним обязательствам.

По способу заполнения выделяют документы, которые заполняются вручную, и документы, которые заполняются с помощью электронных средств.

По способу составления выделяют разовые документы, которые оформляют одновременно и используются для отражения одной или нескольких операций. И накопительные документы, которые составляются за определенный период.

Основой для принятия любых решений является оперативное движение документов от одних лиц к другим для ознакомления и вынесения резолюции по тому или иному вопросу. От того насколько качественно и оперативно будет организован этот процесс будет зависеть принятие где-то незначительных вопросов, а где-то важнейших управленческих решений в деятельности предприятия [2].

Документооборот, в общем понимании, означает движение документов, начиная с момента их создания до момента их исполнения. В данном случае «движение» рассматривается относительно стадии, на которой находится документ, например: создание, перепечатка, счистка, регистрация, присвоение номера, переработка информации, согласование, исполнение и т.п.

От сферы применения документооборот подразделяется на кадровый, производственный, административно-хозяйственный, управленческий, бухгалтерский.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что основная цель документооборота состоит в качественном и оперативном ведении документов до исполнителя.

Без системы документооборота просто невозможно адекватно вести деятельность предприятия. Если она отсутствует, то становится невозможно вести корректный учет на предприятии. Также невозможно оперативно взаимодействовать с вышестоящими контрольно-надзорными и государственными органами. Невозможно управлять предприятием и взаимодействовать между структурными подразделениями, и невозможно управлять персоналом, контролировать производственную деятельность сотрудников, а также осуществлять справедливую и своевременную оплату труда.

Каждое предприятие и сотрудники стремятся к тому, чтобы документооборот был организован максимально быстро, потому что от него зависят многие процессы и работа большинства сотрудников. В современных

условия к документообороту возникает много требований и бумажный документооборот им уже не соответствует. Поэтому уже долгое время перед всеми предприятиями стоит важным и актуальным вопрос о применении электронного документооборота в своей деятельности. А с появлением различного технического оснащения вопрос стал и реализуемым.

Для избавления работников от огромного количества бумажной волокиты и ведения более качественного документооборота, а также избавление от ошибок с учетом «человеческого фактора» работодатели дают распоряжение о внедрении новых инструментальных средств эффективного программного обеспечения процессов документооборота, которые предназначены для обработки документов. И в связи с этим, появляются такие понятия как электронный документооборот и система электронного документооборота.

Электронный документ – документ, информация которого представлена в электронной форме.

Электронный документооборот – это документооборот, с использованием автоматизированной системы (системы электронного документооборота). Иными словами, это механизм по работе с документами в электронном виде.

Использование электронного документооборота помогает сделать работу быстрой, легкой и оперативной. Позволяет решать не только внутриведомственные задачи, но и сразу более широкий спектр задач и проблем.

Достоинством электронного документооборота является то, что, все предприятие работает в едином пространстве и следовательно скорость обработки документов увеличится. Также повышается производительность работников и исключается возможность совершения ошибки при обработке документации. Гарантируется безопасность, и сохранность данных ведь используется так называемое «шифрование данных» следовательно, утечка данных становится минимальной.

Те средства, которые предприятие затрачивало на расходные материалы, оплату курьерской и почтовой службы теперь возможно экономить за счет использования электронного документооборота и позволяет существенно сократить трудозатраты.

В целом внедрение электронного документооборота на предприятии оказывает положительный результат. Становится возможным частично или полностью автоматизировать работу с документами, а также позволяет сотрудникам работать удаленно. Электронная корпоративная почта сможет бесперебойно работать с внешними системами и тем самым позволяет усовершенствовать электронный документооборот с помощью всесторонних документов. Позволит одновременно работать в системе неограниченному количеству пользователей. Эффективность работы с документами и корпоративная культура существенно превысит все ожидания и позволит уменьшить объёмы бумажного документооборота и сократить время на

обработку, поиск, время согласования и утверждения проектов документов. Обеспечить управление документов на протяжении всего жизненного цикла, а также прозрачность всех процессов с момента создания до момента исполнения. Сохранять историю работы с документами и организовать возможность просмотра в любое время. Появится возможность удобного поиска документов по любым реквизитам и полнотекстовый поиск.

Самым важным при использовании электронного документооборота является безопасность данных и минимизирование возможностей утечки важной информации, а также доказательства подлинности документов. Для этого используется электронная подпись. Электронная подпись является копией своей рукописной подписи, но на электронном носителе и обладающая полноценной юридической силой.

Процесс организации электронного документооборота можно разделить на определенные фазы. Первая фаза это фаза исследования организационной структуры предприятия, далее следует выделение основных бизнес-процессов и определение потоков работ. Затем необходимо описать схемы движение документов и составить инструкции. Далее следует фаза адаптации, включающая в себя установку, и настройку программного обеспечения. Далее идет период эксплуатации и окончательной настройки системы документооборота с учетом недочетов и последняя фаза обучения персонала организации [3].

Каждый из этих этапов важен, в особенности обучение персонала. Данным этапом пренебрегать не стоит, потому что сотрудники в первое время работы будут испытывать «стресс» и делать ошибки, если их не обучить, то какая бы ни была совершенна система электронного документооборота, сотрудники не смогут в ней работать в полной мере и она не окажет нужного эффекта.

Объём информации все время возрастает, появляются новые ГОСТы и требования. Каждое предприятие стремится улучшить и оптимизировать работу с документами, и стараются полностью перейти на «бесбумажное делопроизводство».

Электронный обмен данными, в современном мире, это то, с чем сталкивается каждый. Его осуществляют с помощью информационных систем, компьютерных сетей, Интернета, электронной почты и ряда других всевозможных средств. Деятельность предприятия без этого всего уже невозможно представить, все процессы будут выполняться намного дольше, затрагивая смежные направления, и вся работа будет протекать существенно медленнее и менее комфортно для сотрудников и руководства.

Роль электронного документооборота с каждым годом возрастает. Доказательством этого является появление на информационном рынке новых и более современные ресурсов, а также модификация уже существующих для организации более качественного электронного документооборота.

Многие предприятия уже не смогут существовать без электронного документооборота. Он глубоко проник в каждый бизнес-процесс, и является его полноценной частью и ведет к повышению качества труда сотрудников и, следовательно, повышению качества работы всего предприятия. Предприятию удастся экономить средства на материалы и рабочие места. Позволяет добиться прозрачности управления, осуществлять контроль исполнения, возможность накапливать знания.

Таким образом, роль электронного документооборота в деятельности предприятия в настоящее время неизмеримо велика и без него предприятие не может комфортно существовать и осуществлять свою деятельность. Электронный документооборот необходим на любом предприятии независимо от масштаба и вида деятельности.

Библиографический список

1. ГОСТ Р 7.0.8-2013 "Национальный стандарт Российской Федерации. Делопроизводство и архивное дело". [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163800/ (дата обращения 02.05.2022)
2. Быкова Т. А., Кузнецова Т. В., Санкина Л. В. Документационное обеспечение управления. Делопроизводство. М.: Инфра-М, 2018. 156-184 с.
3. Байкова И.Ю., Документооборот и делопроизводство. Как организовать работу с документами, 2-е изд. М.: Эксмо - М, 2020. 44-63 с.

УДК 004.051

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ

Дмитриева А.А. бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Кузнецова В.И., к.п.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В данной статье проводится сравнительный анализ современных систем управления взаимоотношениями с клиентами, выявляется сфера применения выбранных программных продуктов, описываются ключевые параметры, позволяющие грамотно осуществить отбор эффективной системы управления взаимоотношениями с клиентами.

Ключевые слова: система управления взаимоотношениями с клиентами, CRM-система, сравнительный анализ.

COMPARATIVE ANALYSIS OF MODERN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SYSTEMS

Dmitrieva A.A. 4th year bachelor

*Supervisor: Kuznetsova V.I., Ph.D., Associate Professor
Kaluga branch of the Financial University, Kaluga*

Annotation. This article provides a comparative analysis of modern customer relationship management systems, identifies the scope of the selected software products, describes the key parameters that allow you to competently select an effective customer relationship management system.

Keywords: customer relationship management system, CRM-system, comparative analysis.

В современном мире экономика является сложнейшей, динамически развивающейся системой. Конкуренция оказывает большое влияние на сущность рыночных отношений. Для поддержания конкурентоспособности на рынке компании необходимо организовать эффективное управление взаимоотношениями с клиентами. Хорошее качество выполненных услуг в определенные сроки, привлечение новых клиентов, а также удерживание и укрепление связи с уже имеющимися клиентами является задачей клиентоориентированности каждой компании. Хорошая клиентская база компании является показателем ее успешности и оптимальной работы бизнеса. Прикладные технологии способствуют развитию взаимоотношений с клиентами, поскольку их используют для модернизации бизнес-процессов. На взгляд Александровой «Актуальность совершенствования управления организацией на основе внедрения внутрикорпоративной системы CRM обусловлена тем, что компании осознали необходимость перехода на новые модели взаимодействия с клиентами» [1]. В связи с этим актуальность управления взаимоотношениями с клиентами растет с каждым годом.

Определение CRM расшифровывается как Customer Relationship Management, то есть «управление отношениями с клиентами». По мнению Козлова «CRM-системы - это класс систем автоматизации, которые позволяют управлять взаимодействием с потребителями. Они включают в себя все аспекты взаимодействия: от различных бизнес-контактов, до продажи, а также обслуживания запросов клиентов. Основная цель применения CRM-системы заключается в управлении и систематизации информации о клиенте. Это дает возможность понять поведение клиентов и организовать более эффективные связи» [2]. Увеличение эффективности бизнес-процессов взаимоотношений с клиентами – одна из основных задач CRM-системы.

В настоящее время разработано большое количество различных CRM-систем, они отличаются по многим параметрам. Проведем сравнительный анализ современных CRM-систем, преимущественно ориентированных на компании малого бизнеса: Простой бизнес, Битрикс24, AmoCRM, Мегаплан, 1C:CRM. Для этого будем использовать следующие критерии:

1. Управление персоналом: назначение задач сотрудникам, отслеживание сроков выполнения задач;
2. Управление клиентской базой;
3. Документооборот;

4. Интеграция с 1С:Бухгалтерия 8.3;
5. Мобильное приложение;
6. Интеграция с IP-телефонией;
7. Технология функционирования SaaS;
8. Стоимость облачной версии.

Простой бизнес. Данная система подходит для любой отрасли бизнеса. Главная отличительная особенность от конкурентов — бесплатный тариф, 30 тестовых дней для других тарифов.

Ключевые функциональные возможности CRM-системы Простой бизнес:

Управление персоналом — хронометраж рабочего времени, наличие корпоративного чата и поддержка видеозвонков для конференций, поддержка автоматической записи звонков.

Управление клиентской базой — имеется многофункциональный модуль учета клиентов.

Документооборот — позволяет просмотреть историю редактирования документов, создание шаблонов документов повышает скорость работы сотрудников, также доступно использование стандартных шаблонов для составления сделок.

Интеграция с 1С: Бухгалтерия 8.3 — данная интеграция включает в себя синхронизацию банковских счетов из системы 1С:Бухгалтерия 8.3, операций по приходу и расходу денег.

Плюсы CRM-системы Простой бизнес. В данной системе не предусмотрены ограничения на количество пользователей. Отличная организация работы с клиентской базой выступает большим преимуществом, а также, по словам клиентов, имеет лучшую оперативную техподдержку. Заявки с сайта возможно подключить к CRM-системе.

Минусы CRM-системы Простой бизнес. Функционал в облачной и стационарной версиях отличается. Отслеживание бизнес-процессов организации не предусмотрено. Интерфейс CRM-системы может показаться сложным и непривлекательным.

Стоимость: есть бесплатный тариф, платные тарифы от 2 990 рублей в месяц на неограниченное количество сотрудников [3].

Битрикс24. Программный продукт имеет полную автоматизацию отдела продаж. Хорошо поддерживает коммуникации сотрудников. Подходит для компаний разного размера.

Ключевые функциональные возможности CRM-системы Битрикс24:

Управление персоналом — возможность составления плана и анализа продаж по каждому сотруднику, разграничение прав доступа к CRM-системе гарантирует повышенную безопасность данных.

Управление клиентской базой — удобная карточка клиента, просмотр истории с клиентом.

Документооборот - автоматизирует работу с рутинными процессами, за счет чего увеличивает скорость принятия управленческих решений. IP-телефония функционирует за дополнительную плату.

Интеграции с 1С:Бухгалтерия 8.3 – позволяет синхронизировать счета, отчеты, сделки, заказы.

Мобильное приложение совместимо с iPhone, iPad и Android-устройствами.

Плюсы CRM-системы Битрикс24. Наличие бесплатного мобильного приложения можно отнести к преимуществам. Наличие API для подключения сторонних сервисов.

Минусы CRM-системы Битрикс24. Громоздкость из-за большого количества функционала может затруднить работу некоторым компаниям, может показаться сложной, из-за чего потребуются время на изучение всех функций. IP-телефония поддерживается за дополнительную плату.

Стоимость: есть бесплатный тариф, от 1990 рублей в месяц за 5 сотрудников при покупке облачной версии на год. [4]

АмоCRM. Основное отличие от других продуктов данной сферы - удобный интерфейс. Сами разработчики заявляют, что она самая в использовании CRM-система. АмоCRM предназначена для небольших по размеру предприятий, специализация которых заключается в торговле или предоставлении услуг. Организует работу отдела продаж.

Ключевые функциональные возможности CRM-системы АмоCRM:

Управление персоналом — позволяет контролировать работу сотрудников, имеет встроенный чат для общения сотрудников внутри фирмы, удобный интерфейс для отслеживания целей и выполнения задач.

Управление клиентской базой – возможность просмотра истории взаимодействий с клиентами: история платежей, сообщения, звонки, письма. Работу упрощает удобный поиск данных из карточки клиента, возможность фильтрации.

Документооборот - подключение внешних сервисов.

Интеграция с 1С:Бухгалтерия 8.3 доступна на всех тарифах.

Плюсы CRM-системы АмоCRM. Легкость в использовании сотрудниками. Компания может настроить CRM-систему под собственные потребности. Наличие встроенного мессенджера Salesbot.

Минусы CRM-системы АмоCRM. Система не подойдет крупным игрокам, так как не сможет автоматизировать все их бизнес-процессы. Для звонков и колл-трекинга необходимо подключить модуль IP-телефонии.

Стоимость: от 499 рублей в месяц за 1 пользователя [5].

Мегаплан. Является одной из самых популярных CRM-систем на российском рынке. Продукт развивается с 2008 года. Большим преимуществом данной CRM-системы являются продуманная работа с персоналом и простота в использовании.

Ключевые функциональные возможности CRM-системы Мегаплан:

Управление клиентской базой — список всех клиентов компании хранится в одном месте, со всеми необходимыми данными и гибкими настройками.

Управление персоналом - позволяет отслеживать эффективность членов команды, инструменты для контроля за сотрудниками и совместной работы.

Документооборот - упрощает работу с документами и счетами, автозаполнение реквизитов, имеет шаблоны документов.

Интеграции с 1С:Бухгалтерия 8.3 синхронизирует данные облачной бухгалтерии и CRM-системы с помощью внешнего модуля.

Плюсы CRM-системы Мегаплан. Хорошим преимуществом выступают удобный интерфейс и наличие мобильного приложения. Данная система имеет библиотеку расширений и бесплатное API для подключения сервисов.

Минусы CRM-системы Мегаплан. Отсутствие воронки продаж на двух первых тарифах является неприятным минусом. Могут быть сложности с установкой IP-телефонии. Высокая стоимость для больших компаний тоже выступает отрицательным элементом.

Стоимость: от 669 рублей за 1 пользователя в месяц при оплате на 12 месяцев. Имеется особый пакет «CRM: Клиенты и продажи +» за 2 742 рублей за 5 пользователей в месяц при оплате на 12 месяцев. [6]

1С:CRM. Удобное и универсальное решение для управления взаимоотношениями с клиентами. Плюс данного продукта в том, что его можно использовать как дополнение к не только в качестве самостоятельной программы для автоматизации функций CRM-системы, но и как дополнение к конфигурации на платформе 1С:Предприятие 8. Подойдет предприятиям различного размера и любой сферы деятельности.

Ключевые функциональные возможности CRM-системы 1С:CRM:

Управление клиентской базой – этот элемент позволяет структурировать данные в едином окне.

Управление персоналом – содержит набор инструментов для управления рабочим временем сотрудников.

Документооборот – загрузка типовых документов в систему, автоматическое заполнение данных из карточки контрагента.

Интеграция с 1С:Бухгалтерия 8.3 имеется.

Плюсы CRM-системы 1С:CRM. У данного продукта предусмотрена интеграция с учетными программами 1С, с WhatsApp. Он обладает хорошей скоростью работы и масштабируемостью. Открытость платформы для внесения изменений может быть существенным плюсом для некоторых организаций.

Минусы CRM-системы 1С:CRM. Слишком много избыточной информации может затруднять работу сотрудников компании. Мелкие шрифты, сложность настройки отчетов, программные ошибки являются

неприятными, затрудняющими работу, минусами. IP-телефония доступна за дополнительную плату.

Стоимость: есть бесплатный тариф, далее от 499 рублей/месяц при покупке доступа на 12 месяцев. [7]

Результаты проведенного сравнительного анализа наиболее популярных CRM-систем, ориентированных, в том числе, на компании малого бизнеса, представим в таблице 1, в которой: 1 –возможность есть, 0 – возможность отсутствует, 0,5 – есть неполноценно. Оценку стоимости будем проводить по следующей оценочной шкале:

- 2 –бюджетно (до 30 тысяч в год);
- 1 –средне (от 30 и до 35 тысяч в год);
- 0 – не бюджетно (от 35 тысяч в год и выше).

Обратим внимание на таблицу 1, которая является сравнительной таблицей функций CRM-систем.

Таблица 1. Сравнительная таблица функций популярных CRM-систем

П/н	Критерий сравнения	Программный продукт				
		Простой бизнес	Битрикс 24	АмоCRM	Мегаплан	1С:CRM
1	Управление персоналом	1	1	1	1	1
2	Управление клиентской базой	1	1	1	1	1
3	Документооборот	1	1	1	1	1
4	IP-телефония	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
5	Интеграция с 1С: Бухгалтерия 8.3	0,5	0,5	1	1	1
6	SaaS	1	1	1	1	1
7	Мобильное приложение	1	1	1	1	0
8	Стоимость	0	2	2	1	2
	ИТОГО	6	8	8,5	7,5	7,5

Самой эффективной, набрав 8,5 баллов, оказалась CRM-система АмоCRM.

На наш взгляд, оценка развития рынка является положительной: с каждым годом новых эффективных продуктов становится всё больше, а уже существующие игроки рынка задумываются об эволюции своих продуктов, ориентируясь на новые тренды.

Библиографический список

1. Александрова Т.В. Совершенствование управления организацией на основе внедрения корпоративной CRM-системы // Менеджмент сегодня — 2019. - №.1 С.66–75. Режим доступа: <https://ezpro.fa.ru:2699/article-umu1.html>.
2. Козлов П.М. ИСО 9001:2015. Пояснения. Интерпретация требования. Руководство по внедрению. – М: KPMS, 2016 г. – 221 с.
3. Официальный сайт CRM-системы Простой бизнес / Режим доступа: <https://www.prostoy.ru/>.
4. Официальный сайт CRM-системы Битрикс24 / Режим доступа: <https://www.bitrix24.ru/>.
5. Официальный сайт CRM-системы AmoCRM / Режим доступа: <https://www.amocrm.ru/>.
6. Официальный сайт CRM-системы Мегаплан/ Режим доступа: <https://megaplan.ru/>.
7. Официальный сайт CRM-системы 1С:CRM / Режим доступа: <https://1crm.ru/>.

УДК 51-77

МЕТОДЫ АНАЛИЗА И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СТОИМОСТИ ЖИЛЬЯ В КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Евсеева Д.С. бакалавр 1-го курса

*Научный руководитель: Дробышев Ю.А., профессор, д.п.наук
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье представлены результаты первичного анализа стоимости недвижимости и формулируется гипотеза по тенденции изменения цены и выбора наиболее оптимального периода для ее покупки.

Ключевые слова: стоимость жилья, методы прогнозирования, эконометрика, анализ рынка недвижимости, сезонная зависимость цен.

METHODS OF ANALYSIS AND FORECASTING OF HOUSING COSTS IN THE KALUGA REGION

Evseeva D.S. bachelor's degree of the 1st year

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

Abstract. The article presents a primary analysis of the value of real estate and formulates a hypothesis on the trend of price changes and the choice of the most optimal period for its purchase.

Keywords: housing cost, forecasting methods, analysis of the real estate market, econometrics, seasonal dependence of prices.

Современный этап развития общества характеризуются активно идущими миграционными процессами, следствием которых является возрастающий спрос на жилье.

Так, в 2021 году в городе Калуга было построено свыше 283 тыс. квадратных метров жилья, тем самым план по вводу жилья за 2021 год перевыполнен на 18%. Правительство Калужской области утверждает про-

граммы по обеспечению населения Калужской области комфортным жильем и помощи молодым семьям с покупкой квартир в городах [3].

В силу того, что молодые семьи, как правило, к началу совместной жизни не имеют собственного жилья, то перед ними стоит проблема выбора наиболее оптимальной стратегии покупки жилья. Для этого необходима информация о сезонной динамике цен в течение года и прогнозы на стоимость жилья в нашем регионе.

Под прогнозом мы будем понимать систему научно обоснованных представлений о возможных состояниях и траекториях (альтернативах) динамики некоторого объекта в будущем. Прогнозирование представляет собой процесс разработки прогноза (прогнозов) [2].

Одним из методов прогнозирования является экстраполяция. Экстраполяция — это метод научного исследования, который основан на распространении прошлых и настоящих тенденций, закономерностей, связей на будущее развитие объекта прогнозирования. К методам экстраполяции относятся метод скользящей средней, метод экспоненциального сглаживания, метод наименьших квадратов.

В своей работе для прогноза мы использовали метод наименьших квадратов. Целью нашего исследования является определение наиболее оптимального времени для покупки квартир, опираясь на результаты анализа динамики стоимости квадратного метра жилья в Калуге в разные месяцы 2018 - 2021 годов (таблица 1).

Таблица 1. Цена за квадратный метр за 2018-2021 года

Стоимость м ² жилья, руб.				
Месяцы\Годы	2018	2019	2020	2021
1	55099	55586	55772	58580
2	55100	55996	56252	60442
3	55247	55988	55920	62317
4	55947	55907	56915	58290
5	56027	56360	58650	63570
6	55835	56325	60364	64778
7	55510	56485	62678	67574
8	55234	56635	64570	69310
9	55296	56641	66965	70195
10	55080	56401	68871	72091
11	55082	56394	68878	74813
12	55472	56190	68561	77307

Используя метод наименьших квадратов, а также опции MS Excel построения графиков функций, заданных таблично, и линий тренда, определим функции, описывающие зависимость стоимости квадратного метра жилой площади от месяца для каждого года при условии минимальной

суммы квадратов отклонений значений у. Рассмотрев различные функции (линейную, квадратичную, логарифмическую, полиномиальную), мы пришли к выводу, что наилучшим образом исследуемую зависимость описывают полиномиальные функции 6-й степени.Использование опции MS Excel «Линии тренда» позволило определить уравнения линий тренда. На рис. 1 представлена линия тренда зависимости стоимости квадратного метра жилья от месяца 2018 года и ее уравнение (многочлен шестой степени).

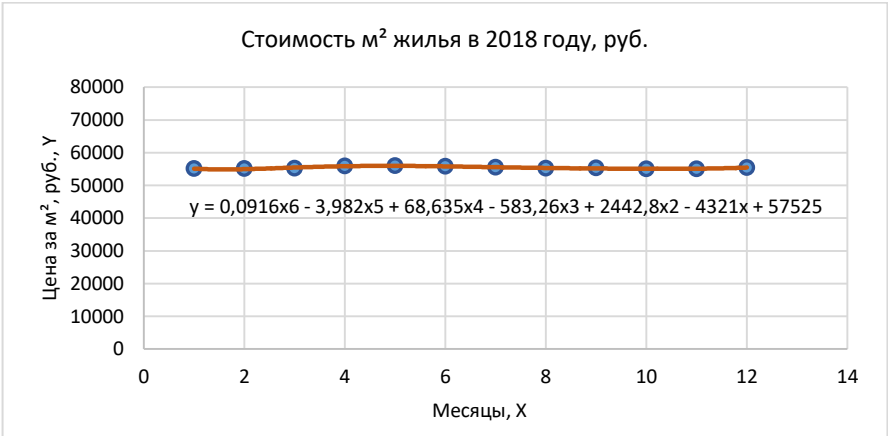


Рисунок 1. График функции зависимости цены за квадратный метр за 2018 г.

Из данного графика и таблицы динамики цен (табл.2) видно, что полученная функция на заданной области не является монотонной.

Таблица 2. Динамика стоимости квадратного метра жилья в Калуге (2018г.)

Месяц	Цена за 1 кв.м.	Изменение цены
Январь	55099	↓
Февраль	55100	↑ 1
Март	55247	↑ 147
Апрель	55947	↑ 700
Май	56027	↑ 80
Июнь	55835	↑ 808
Июль	55510	↓ 325
Август	55234	↓ 276
Сентябрь	55296	↑ 62
Октябрь	55080	↓ 216
Ноябрь	55082	↑ 2
Декабрь	55472	↑ 390

Для нахождения точек минимума и промежутков убывания бы применен аппарат дифференцирования. На рис. 2 представлен график производной функции.

Это позволило нам определить точки минимума – месяцы, в которых цена за квадратный метр жилья наименьшая и промежутки убывания цены.

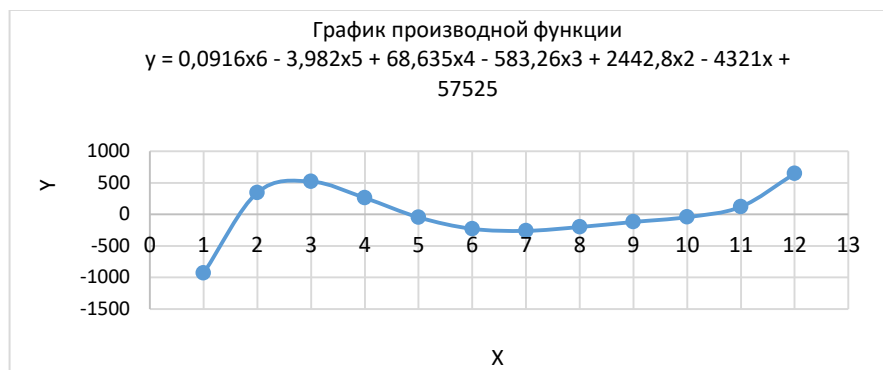


Рисунок 2. График производной функции зависимости цены за квадратный метр за 2018 год

Точки минимума графика функции – это точки пересечения графика производной функции с осью Ox , где производная меняет свой знак с «-» на «+».

В случае 2018 года, одна из точек минимума лежит в промежутке от 1 до 2. В случае, если зависимость стоимости жилья от времени является непрерывной, применение метода половинного деления или метода касательных позволяет более точно найти промежуток с минимальной стоимостью квадратного метра жилья. Это соответствует второй половине января и первой половине октября.

Аналогичные исследования мы провели для 2019, 2020 и 2021 годов. Полученные результаты аналогичны результатам анализа стоимости жилья в 2018 году.

Как известно, к сезонным явлениям относят такие явления, которые обнаруживают в своем развитии определенные закономерности, регулярно повторяющиеся из месяца в месяц, из квартала в квартал, из года в год [1].

По графикам можем определить, что стоимость квартир за 2018 - 2021 года являлась низкой в январе и октябре.

Таким образом, в результате исследований можем сделать вывод, что жилье в Калужской области рекомендуется приобретать во второй половине января, первой половине октября, так как в эти периоды покупка квартиры будет самой выгодной.

Дальнейшее исследование будет связано с определением влияния различных факторов на изменение цены жилья, в том числе места расположения, ключевой ставки ипотеки и т.д.

Библиографический список

1. Владимирова Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательский Дом «Дашков и К», 2001. – 308 с.
2. Лебедева И.М., Федорова А.Ю., Макроэкономическое планирование и прогнозирование / И.М. Лебедева, А.Ю. Федорова; под ред. А.Ю. Федоровой. – СПб: Университет ИТМО, 2016. – 54 с.
3. Постановление Правительства Калужской области от 31.01.2019 №52 «Об утверждении государственной программы Калужской области "Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами населения Калужской области"» // Газета Калужской области «Весть». – 01.02.2022 - №53.

УДК 338.1

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДИНАМИЧЕСКИХ РЯДОВ ДЛЯ АНАЛИЗА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Завадская О.С. бакалавр 2-го курса,

Степайкина Ю.В. бакалавр 2-го курса

Научный руководитель: Костенко А. В., к.п.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В работе рассмотрены теоретические основы динамических рядов, показана их суть, рассмотрены и проанализированы цепные и базисные показатели грузооборота за 2020-2021 года по Калужской области.

Ключевые слова: динамические ряды, статистические данные, математический анализ, статистическое исследование, цепные и базисные ряды динамики.

THE USE OF DYNAMIC SERIES FOR THE ANALYSIS OF ECONOMIC INDICATORS OF THE KALUGA REGION

Zavadskaya O.S. bachelor's degree of the 2nd year,

Stepaikina Y.V. bachelor's degree of the 2nd year

*Supervisor: Kostenko A. V., candidate of pedagogical sciences,
associate professor*

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The paper considers the theoretical foundations of time series, shows their essence, considers and analyzes the chain and basic indicators of freight turnover for 2020-2021 in the Kaluga region.

Keywords: dynamic series, statistical data, mathematical analysis, statistical research, chain and basic series of dynamics.

В транспортной стратегии Российской Федерации на период до 2030 г. транспорт относят к числу приоритетных отраслей экономики страны.

Согласно стратегии, «транспортная система обеспечивает условия экономического роста, повышения конкурентоспособности национальной экономики и качества жизни населения» [4].

Таким образом, транспорт играет важную роль и в социально-экономическом развитии Калужской области. Грузооборот автомобильного транспорта, на наш взгляд, является одним из ведущих показателей результативности стратегического развития Калужской области. Поэтому данные доклада "Социально-экономическое положение Калужской области" в разделе автомобильный транспорт были выбраны в качестве объекта исследования в данной статье. Далее определим возможные методы анализа.

«Все процессы и явления общественной жизни, которые составляют предмет изучения статистики, находятся в постоянном движении и изменении. Ряд расположенных во времени статистических данных, изменение которых отражает закономерность развития изучаемого явления, называется рядом динамики, а также временным или хронологическим рядом» [2].

Характер и интенсивность изменения показателя во времени рассчитываются с применением ряда канонических величин. Воспользуемся цепными и базисными абсолютными приростами, чтобы анализировать динамику в натуральных величинах, далее для сравнения скорости процессов в различных периодах потребуются темпы роста и темпы прироста соответственно. Эффективно сопоставить итоговые данные позволит абсолютное значение 1% прироста.

Стоит отметить, что отличительной чертой цепных показателей является их сравнение с предыдущими показателями, а базисных – с базовыми.

Таким образом, применение именно динамических рядов наиболее оптимально для нашей работы. Далее вычислим цепные и базисные показатели грузооборота за 2020-2021 года по Калужской области (табл.1 и табл.2) и проанализируем полученные показатели.

Таблица 1. Цепные показатели грузооборота за 2020-2021 года

ГРУЗОБОРОТ					
2020 ГОД					
КВАРТАЛ	ТЫС. Т-КМ.	ЦЕПНОЙ			
		АБС. ПРИ- РОСТ	ТЕМП РОСТА	ТЕМП ПРИРО- СТА	1%
1	92311,0	-	-	-	-
2	95421,7	3110,7	103,4	3,4	923,11
3	150026,6	54604,9	157,2	57,2	954,217
4	134091,4	-15935,2	89,4	-10,6	1500,266
среднее	117962,7	13926,8	113,3	13,3	-

2021 ГОД					
КВАРТАЛ	ТЫС. Т-КМ	ЦЕПНОЙ			
		АБС. ПРИ- РОСТ	ТЕМП РОСТА	ТЕМП ПРИРО- СТА	1%
1	106592,3	-	-	-	-
2	132862,1	26269,8	124,6	24,6	1065,923
3	128299,5	-4562,6	96,6	-3,4	1328,621
4	135289,8	6990,3	105,4	5,4	1282,995
среднее	125760,9	9565,8	108,3	8,3	-

Для того, чтобы найти цепные показатели, надо воспользоваться следующими формулами:

- абсолютный прирост: $\Delta_y = y_i - y_{i-1}$
- темп роста: $T_p^y = \frac{y_i}{y_{i-1}} \times 100$
- темп прироста: $T_{np}^y = T_p^y - 100$
- абсолютное значение 1% прироста: $A_{1\%} = 0,01 \times y_{i-1}$

Таблица 2. Базисные показатели грузооборота за 2020-2021 года

ГРУЗОБОРОТ				
2020 ГОД				
КВАРТАЛ	ТЫС. Т-КМ.	БАЗИСНЫЙ		
		АБС. ПРИРОСТ	ТЕМП РОСТА	ТЕМП ПРИРОСТА
1	92311,0	-	-	-
2	95421,7	3110,7	103,4	3,4
3	150026,6	57715,6	162,5	62,5
4	134091,4	41780,4	145,3	45,3
среднее	117962,7	13926,8	113,3	13,3
2021 ГОД				
КВАРТАЛ	ТЫС. Т-КМ	БАЗИСНЫЙ		
		АБС. ПРИРОСТ	ТЕМП РОСТА	ТЕМП ПРИРОСТА
1	106592,3	-	-	-
2	132862,1	26269,8	124,6	24,6
3	128299,5	21707,2	120,4	20,4
4	135289,8	28697,5	126,9	26,9
среднее	125760,9	9565,8	108,3	8,3

Для того, чтобы найти базисные показатели, надо воспользоваться следующими формулами:

- абсолютный прирост: $\Delta_{\delta} = y_i - y_0$
- темп роста: $T_p^{\delta} = \frac{y_i}{y_0} \times 100$
- темп прироста: $T_{np}^{\delta} = T_p^{\delta} - 100$

Для наглядного сопоставления динамики грузооборота за 2020-2021 года, построим диаграмму сравнения грузооборота за 2020-2021 года по месяцам (рисунок 1).

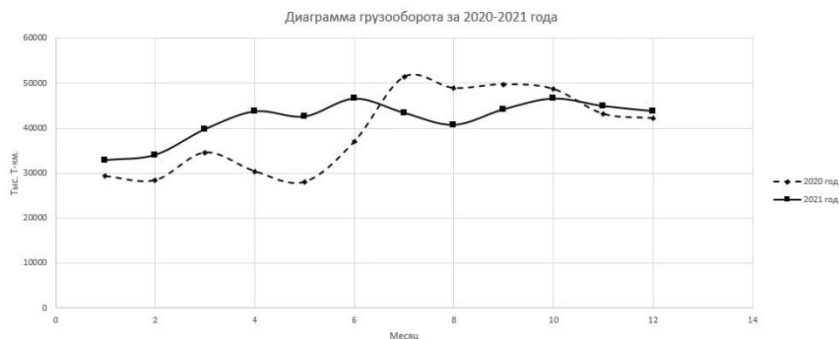


Рисунок 1. Диаграмма грузооборота за 2020-2021 года

По данным Росстата, «на автомобильный транспорт приходится 47,4 процента объема коммерческих перевозок грузов», причем удельный вес перевозок автомобильным транспортом растет, что подтверждает повышение конкурентоспособности автомобильного транспорта на рынке транспортных услуг [4].

В 2020 году в среднем ежеквартально грузооборот увеличивался 13926,8 тыс.т.-км., в то время как 2021 год показывал ежеквартальный рост на 9565,8 тыс.т.-км.

На основе среднего абсолютного прироста можно провести экстраполяцию ряда динамики 2021, т.е. определить предполагаемое значение показателя за пределами рассматриваемого периода времени. Если предположить, что наблюдаемая закономерность изменения грузоперевозок во времени сохранится и в будущем, то в 1 квартале 2022 г. значение этого показателя составит: $135289,8 + 9565,8 = 144855,6$ тыс.т.-км. Но поскольку цепные абсолютные приросты сильно отличаются друг от друга, то сохранение тенденции, озвученной в данном прогнозе маловероятно.

В 2020 году средний квартальный темп роста грузооборота составил 113,3%, для сравнения в 2021 годом темпы роста грузооборота замедлились и составили 108,3%. При этом важно отметить, что в 4 квартале 2020 года темпы прироста были даже отрицательными и показали рекордные 10,6% падения, по сравнению с 3 кварталом. В месте с тем, 3 квартал 2020 года показал исключительные 57,2% прироста ко 2 кварталу. В отличии от 2020 года, 2021 год показал более плавные изменения темпов прироста, по сравнению с базисным уровнем 1 квартала 2021 года.

Полученные выводы, подтверждает и построенная диаграмма грузооборота за 2020-2021 года (рис.1). На ней мы видим, что 2020 год отличался резким экстремальным падением грузооборота к маю месяцу и столь же стремительным ростом к июлю 2020года. Это объясняется, конечно же, влиянием пандемии COVID-19, начавшейся в этом году. В 2021 году ситуация стабилизируется и показывает плавные колебания значений вокруг среднего. При этом важно отметить, что в 2021 году среднее значение грузооборота по Калужской области показало существенный рост к 2020 году на 6,6%, что в натуральном выражении составило 7798,2 тыс.т.-км.

Библиографический список

1. Болдырева, Т. В. Направления Развития транспортной системы России / Т. В. Болдырева // Актуальные проблемы современного транспорта. – 2021. – № 3(6). – С. 34-45. – EDN OEBQYZ.
2. Салин, В.Н., Статистика для экономики и финансов: учебник / В.Н. Салин, Э.Ю. Чурилова. — Москва: КноРус, 2021. — 481 с. — ISBN 978-5-406-05625-7. — URL: <https://old.book.ru/book/939988> (дата обращения: 28.04.2022)
3. Экономическая статистика. Практикум: учебное пособие / Т.И. Чинаева, Э.Ю. Чурилова, Б.Ю. Левит [и др.]; под ред. В.Н. Салина, Е.П. Шпаковской. — Москва: КноРус, 2022. — 642 с. — ISBN 978-5-406-09497-6. — URL: <https://old.book.ru/book/943156> (дата обращения: 28.04.2022)
4. Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 г.
5. Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/505> (дата обращения: 18.04.2022).

УДК 330.43

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА УРОВЕНЬ БЕЗРАБОТИЦЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Короткова В.И. бакалавр 3-го курса

*Научный руководитель: Никаноркина Н.В., к.п.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В данной статье рассматривается важность применения эконометрических методов анализа для изучения и прогнозирования экономических показателей, а именно уровня безработицы в Российской Федерации.

Ключевые слова: безработица, метод наименьших квадратов, эконометрический анализ, корреляционно-регрессионный анализ.

ECONOMETRIC ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF FACTORS ON THE UNEMPLOYMENT RATE IN THE RUSSIAN FEDERATION

Korotkova V. I. bachelor of the 3rd year

*Supervisor: Nikanorkina N.V., candidate of pedagogical sciences,
associate professor*

Kaluga branch of the Financial University, Kaluga

Abstract. This article discusses the importance of using econometric analysis methods to study and forecast economic indicators, namely the unemployment rate in the Russian Federation.

Keywords: unemployment, least squares method, econometric analysis, correlation and regression analysis.

Проблема роста безработицы на сегодняшний день ощущается достаточно остро. Особое влияние на данный показатель в 2022 году оказали санкционные меры, уход множества иностранных компаний с отечественного рынка. Тем не менее, проблема безработицы в России была актуальна и до наступления тяжелой политической ситуации. Какие же факторы в большей степени влияют на уровень безработицы в России? Ответить на данный вопрос помогает эконометрическое моделирование, которое является важным инструментом современной экономической науки, позволяющим получать количественное выражение взаимосвязей между различными факторными и результативными признаками. Эта взаимосвязь представляется в виде эконометрической модели определенного вида, задающей математико-статистическое описание исследуемого экономического объекта или процесса.

Целью данной работы является построение многофакторной регрессионной эконометрической модели для оценки влияния наиболее значимых факторов на уровень безработицы в Российской Федерации и прогнозирование динамики этого показателя на ближайшие два года с помощью данной модели.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

1. отобрать факторные признаки, существенным образом влияющие на результативный признак, и построить линейную регрессионную модель;
2. осуществить статистическое оценивание параметров модели;
3. проверить качество и адекватность построенной множественной регрессионной модели, а также статистическую значимость уравнения регрессии в целом и его параметров;
4. осуществить проверку выполнения предпосылок метода наименьших квадратов (МНК);
5. спрогнозировать уровень безработицы в РФ на 2021 и 2022 годы.

На основе статистических данных за период с 2000 по 2020 годы был проведен корреляционно-регрессионный анализ влияния ряда факторов на результативный признак y , в качестве которого выбран уровень безработицы в Российской Федерации, %. Из множества факторов, по нашему мнению оказывающих влияние на результативный признак, были отобраны следующие:

- x_1 – среднемесячная заработная плата в РФ, руб.
- x_2 – выплаты пособий по безработице в РФ, руб.
- x_3 – инфляция в Российской Федерации, %
- x_4 – коэффициент рожившихся на 1000 чел. населения
- x_5 – численность населения РФ, чел.

Количество наблюдений $n=21$, число объясняющих переменных m (число факторов) равно 5.

Для построения множественной регрессионной модели необходимо в первую очередь осуществить отбор факторных признаков. Применение метода последовательного исключения статистически незначимых факторов, теоретической базой которого является t -критерий Стьюдента, позволил нам отобрать факторы, находящиеся в тесной связи с результативным признаком. При этом инструментальным средством, позволяющим осуществить такой отбор являлся инструмент Регрессия Пакета анализа в MS Excel.

В результате применения указанного метода осталось 2 статистически значимых фактора: X_1 – среднемесячная заработная плата в РФ, руб и x_2 – выплаты пособий по безработице в РФ, руб. Итогом проделанной работы на данном этапе стало уравнение линейной регрессии, все коэффициенты которого статистически значимы с надежностью 95%:

$$\hat{y} = 9,1767 - 0,00013 * x_1 + 0,00063 * x_2$$

Коэффициенты «чистой» регрессии в этом уравнении показывают:

- $b_1=-0,00013$: с увеличением средней заработной платы (x_1) на 1 руб. при неизменных выплатах по безработице (x_2) уровень безработицы в РФ уменьшается в среднем на 0,00013%.
- $b_2=0,00063$: с увеличением размера выплат по безработице (x_2) на 1 руб. при неизменной среднемесячной заработной плате (x_1) уровень безработицы в РФ увеличивается в среднем на 0,00063%.

Следующим этапом эконометрического исследования является получение статистических характеристик уравнения регрессии с целью проверки адекватности, надежности и точности построенной модели.

В первую очередь оценивается теснота связи между факторами и результатом с помощью коэффициента множественной корреляции R . В данном случае он равен $R=0,8875$. Коэффициент множественной корреляции показывает тесную связь между зависимой переменной y и двумя

включенными в модель объясняющими факторами, так как его значение близко к 1.

Для оценки точности модели множественной регрессии вычисляют два показателя:

а) коэффициент детерминации, который в нашем случае оказался равным $R^2 = 0,7876$. Этот коэффициент показывает долю вариации результативного признака под воздействием факторов, включенных в модель. В данном случае 78,76% вариации уровня безработицы в России объясняется вариацией учтенных в модели факторов, т.е. среднемесячной заработной платы и выплат пособий по безработице. Рассчитанный показатель говорит о высокой точности построенной модели.

б) среднюю ошибку аппроксимации, которая составила 7,897%. В данной модели расчетные значения в среднем отклоняются от фактических на 7,897%. Значение средней ошибки аппроксимации находится в пределах нормы (меньше 8-10%), т.е. модель является хорошо подобранной по качеству.

Проверка значимости уравнения регрессии в целом, проведенная с помощью F-критерия, показала, что на уровне значимости 5% построенная модель статистически значима (т.к. фактическое значение критерия $F_{\text{факт}} = 33,37$ больше табличного $F_{\text{табл}} = 3,55$). А это означает, что модель можно использовать для дальнейшего анализа и прогнозирования.

Для оценки параметров в уравнении регрессии чаще всего в эконометрике используется метод наименьших квадратов, который предполагает выполнение ряда предпосылок, связанных с исследованием случайных отклонений. Для многофакторной регрессионной модели исследование расхождений между значениями зависимой переменной, рассчитанными по модели, и фактическими наблюдениями, проводится по 6 предпосылкам:

1. Первая предпосылка: случайность уровней ряда остатков;
2. Вторая предпосылка: проверка равенства нулю среднего значения ряда остатков;
3. Третья предпосылка: дисперсия случайных отклонений постоянна (свойство гомоскедастичности);
4. Четвертая предпосылка: отсутствие автокорреляции в остатках;
5. Пятая предпосылка: остаточная совокупность имеет нормальное распределение;
6. Шестая предпосылка: отсутствие мультиколлинеарности факторов.

Итогом проверки указанных предпосылок с помощью соответствующих критериев стал вывод о том, что для данной двухфакторной регрессионной модели выполняются все условия МНК. Таким образом, с вероятностью 95% можно утверждать, что построена модель хорошего качества.

Учитывая, что коэффициент чистой регрессии невозможно использовать для непосредственной оценки влияния факторов на зависимую пере-

менную из-за различия единиц измерения и разной колеблемости факторов, используем коэффициенты эластичности и бета-коэффициенты, которые вычисляются по формулам: $\varepsilon_i = b_i \frac{\bar{x}_i}{y}$, $\beta_i = b_i \frac{\sigma_{xi}}{\sigma_y}$. Здесь b_i – коэффициенты «чистой» регрессии, $\bar{x}_i$ – среднее значение соответствующего факторного признака, $\bar{y}$ – среднее значение результативного признака, σ_{xi} , σ_y – стандартные отклонения факторов и результативного признака соответственно.

Коэффициент эластичности показывает, на сколько процентов изменится зависимая переменная при изменении фактора на один процент: $\varepsilon_{x1} = -0,785$, $\varepsilon_{x2} = 0,419$. Таким образом, при уменьшении среднемесячной заработной платы на 1% уровень безработицы в России уменьшается в среднем на 0,785%, а при увеличении размера выплат пособий по безработице на 1% уровень безработицы увеличивается в среднем на 0,419%. Влияние фактора x_1 больше, чем фактора x_2 . Полученный результат подтверждается расчетом бета-коэффициентов ($\beta_{x1} = -2,31$, $\beta_{x2} = 1,55$). На изменение уровня безработицы более сильное влияние оказывает фактор x_1 , т.е. среднемесячная заработная плата, поскольку $\beta_{x1} > \beta_{x2}$ по модулю.

С помощью проведенных расчетов было установлено, что данная регрессионная модель может использоваться для прогнозирования. Для этого используется инструмент «Мастер диаграмм» в Excel.

Для фактора x_1 выбрана линейная модель, по которой получен прогноз на два года вперед: $x_{1,21} = 49993,5$ руб.; $x_{1,22} = 54474,1$ руб. (рисунок 1). Для фактора x_2 выбрана полиномиальная модель второй степени, по которой получен прогноз на два года вперед: $x_{2,21} = 13032,92$ руб.; $x_{2,22} = 14206,12$ руб. (рисунок 2)

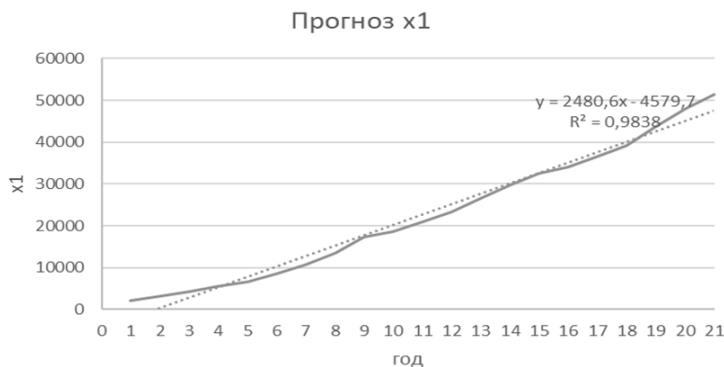


Рисунок 1. Прогноз показателя «Среднемесячная заработная плата в России» с помощью Мастера диаграмм

Для получения прогнозных оценок зависимой переменной по модели $\hat{y} = 9,1767 - 0,00013 * x_1 + 0,00063 * x_2$ подставим в нее найденные прогнозные значения факторов x_1 и x_2 .

Таким образом, точечный прогноз уровня безработицы в РФ на 2021 год составит 5,9%, а на 2022 год 6,1%.

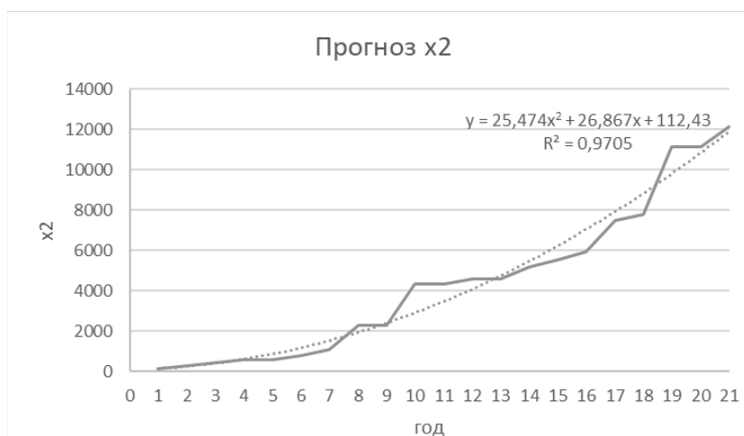


Рисунок 2. Прогноз показателя «Размер выплат по безработице» с помощью Мастера диаграмм

Таким образом, проведенное нами исследование демонстрирует возможности использования эконометрических методов для построения тематических моделей экономических явлений, используемых для различных практических целей и прогнозирования развития этих явлений.

В ходе проведенного эконометрического моделирования было подтверждено качество спецификации построенной модели и ее адекватность, что позволило использовать эту модель для краткосрочного прогнозирования исследуемого показателя.

На данный момент уровень безработицы по 2021 году в России уже известен и составляет 5,8%, что практически точно совпадает со значением, которое мы спрогнозировали по построенной модели. Данный факт в очередной раз подтверждает точность проведенного исследования, а также всю важность применения эконометрических методов для решения задач, возникающих в экономической сфере.

Библиографический список

1. Айвазян, С. А. Эконометрика - 2: продвинутый курс с приложениями в финансах: учебник / С. А. Айвазян. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017.

2. Никаноркина, Н.В. Эконометрическое моделирование влияния затрат на инновационную деятельность в Российской Федерации / Н.В. Никаноркина // Самоуправление. - 2021. - №5 (127). – С.298-302.
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики: [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (Дата обращения: 01.05.2022).
4. Яковлев, В.Б. Эконометрика в Excel и Statistica: учебное пособие / В.Б. Яковлев. – Москва: КНОРУС, 2022. – 382 с.

УДК 65.011.56

АНАЛИЗ И ВНЕДРЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЛОГИСТИКЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Кузьмина В.В. (бакалавр) 4-го курса

Научный руководитель: Акименко Д.А., к.т.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета Калуга

Аннотация. В работе проведен анализ логистических процессов предприятия, выявлены проблемы используемых информационных технологий и предложены пути повышения эффективности логистики путем использования соответствующего программного продукта.

Ключевые слова: логистика, информационные технологии, программный продукт, бизнес-процесс.

ANALYSIS AND IMPLEMENTATION OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE LOGISTICS OF THE ENTERPRISE

Kuzmina V.V. bachelor's degree of the 4rd year

Supervisor: Akimenko D.A., Candidate of Technical Sciences,

Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The paper analyzes the logistics processes of the enterprise, identifies the problems of the information technologies used and suggests ways to improve the efficiency of logistics by using the appropriate software product.

Key words: logistics, information technology, software product, business process.

В настоящее время конкурентоспособность является одним из основных факторов стабильного и эффективного функционирования организации. Чтобы иметь возможность эффективно работать в конкурентной среде, особое внимание следует уделять совершенствованию бизнес-процессов.

Основная цель любой организации – увеличение прибыли. Очевидно, что для достижения этой цели, любое предприятие, в особенности производственное, ставит такую задачу, как снижение неэффективных затрат. Сегодня для этого служит логистика – «молодая» наука, которая уже успела заслужить доверие и уважение.

«Процесс логистики определяет развитие и успешное функционирование коммерческо-производственных организаций. Действительно, логистика обеспечивает равномерное и эффективное движение потока материалов от приобретения сырья организацией до снабжения готовой продукции заказчиком. Кроме того, логистический процесс является наиболее затратным звеном цепи производства и сбыта товаров, поэтому достижение компанией эффективных результатов возможно при уменьшении стоимости логистических процессов.

В общем виде логистика – это управление процессами материальных, информационных, финансовых и людских потоков на основе их оптимизации» [2].

Актуальность внедрения и использования информационных технологий (ИТ) в логистике заключается в постоянно растущем объеме обрабатываемых данных. Традиционные методы уже не способны извлекать необходимую информацию из потока данных и использовать ее для ведения бизнеса.

«К техническим средствам ИТ в логистике относят: электронно-вычислительную технику (ПК, серверы, периферийные устройства: принтеры, сканеры и т.д.), средства коммуникации (сетевое оборудование, средства Интернет-доступа, телефонная и мобильная связи и т.д.), автоматизированное оборудование, автоматизированные средства технического контроля и т.д. К программным средствам ИТ в логистике относят программные средства общего и специального назначения: ИСУП, САД, САПР системы, САМ, FMS, АСУТП системы, СУБД, КИС.

На данный момент на российском рынке появилось большое количество систем и пакетов программ, предоставляющих программные продукты для автоматизации управления логистическими процессами. Наибольшую популярность приобрели: как «БЭСТ», «Парус», «Галактика», «Трэйд мастер», «Супермаг2000», «1С»» [1].

Следовательно, деятельность крупных торговых и производственных предприятий невозможна без использования информационных технологий в логистике.

Рассмотрим важность использования информационных технологий на примере металлоторгующей организации, которая осуществляет поставки металла в широком ассортименте. В ассортимент организации входят арматура, балка, различного вида трубы, проволока, швеллер и другие металлоконструкции.

Анализ деятельности организации позволил выделить следующие основные бизнес-процессы:

1. «Формирование заявки». Диспетчеру поступает звонок от клиента с целью приобрести металл. Диспетчер записывает данные клиента (ФИО, номер телефона, адрес), запрос на бумагу, после чего сообщает о заявке менеджеру, который перезванивает клиенту и обсуждает стоимость, дату

отправки и получения металла. Если клиента устраивают все условия, менеджер заключает договор на транспортно-экспедиционные услуги и формирует заявку на экспедирование груза.

2. «Планирование движения материальных потоков». Менеджер составляет товарно-транспортную накладную (ТТН) в четырех экземплярах: для Грузоотправителя, экспедитора и Грузополучателя. После составления сопроводительной документации, менеджер определяет типа транспорта. В зависимости от дальности доставки и количества груза, это может быть личный или наёмный автотранспорт, поезд. Далее составляется маршрут и отгрузочный лист. Вся документация отправляется руководителю погрузочных работ.

3. «Приемка продукции», т.е. проверка груза на наличие упаковки (если таковая отсутствует, то перевозимую продукцию упаковывают надлежащим образом), обмер, взвешивание, маркировка, распределение груза в транспорт.

4. «Доставка». Пакет документации, который предназначен для клиента, передается водителю-экспедитору. Далее водитель сортирует транспорт, отправляет груз до места назначения и оповещает о прибытии груза.

5. «Координирование». В Excel менеджер заносит данные отгрузки (дата отправки, место назначения и дата получения груза). Затем при помощи мессенджеров он связывается с водителем, чтобы узнать о движении груза и сообщить о местоположении клиенту, если потребуется. Когда товар доставлен в место назначения, водитель сообщает об этом менеджеру, который заносит всю информацию в Excel.

6. «Выдача продукции клиенту». Когда менеджер узнает о доставке товара, он сообщает об этом Грузополучателю. Клиент вместе с водителем проверяют количество доставленного товара на наличие брака и сохранность. Клиент подписывает документы и производит оплату, если повреждения отсутствуют. Все документы отправляются менеджеру.

7. «Формирование отчетной документации». После подписания директором договора с клиентом, сопроводительные документы, отчетная документация передается бухгалтеру, который вносит данные об оказанных услугах в ведомость, составляет финансовый отчет и представляет годовой отчет директору в конце отчетного периода.

Результат анализа эффективности выделенных бизнес-процессов приведен в таблице. В таблице не учтен бизнес-процесс «доставка», поскольку его длительность зависит от удаленности места назначения.

Исходя из таблицы эффективности, можно следующие выводы: время процесса «Оказание услуг» занимает 1293 мин.; потери первого рода довольно велики – 657 мин, что составляет 50,8%; потери второго рода – 175 мин. (13,5 %); время, добавляющее ценность составляет 461 мин.; эффективность процесса по оказанию услуг равна 35,6 %.

Таблица 2. Анализ эффективности бизнес-процессов логистики
в компании

Показатель	Время процесса, мин.	Потери первого рода, мин.	Потери второго рода, мин.	Время, до- бавляющее ценность	Эффектив- ность бизнес- процесса, %
«Формирование заявки»	511	345	90	76	14,9
«Планирование движения потоков»	116	52	40	24	20,7
«Прием продукции»	242	105	0	137	56,6
«Координирование»	93	40	45	8	6,6
«Выдача продукции клиентам»	176	50	0	126	71,6
«Формирование отчетной документации»	155	25	0	130	83,9
Всего	1293	657	175	461	35,6

Наименее эффективными бизнес-процессами являются: «формирование заявки» (14,9%), «планирование движения потоков» (20,7%), «координирование» (6,6%).

Анализ логистических процессов позволил выделить следующие проблемы:

1. Отсутствие автоматизации, что приводит к значительным временным затратам на составление, поиск и изменение заявок, отслеживание местонахождения груза, составление оптимальных маршрутов.
2. Неэффективное координирование. Большое количество времени уходит на отслеживание груза, поскольку менеджер вынужден писать или звонить водителю для того, чтобы узнать его текущее местонахождение.

Выявленные проблемы можно решить путем внедрения программного продукта «1С:Предприятие 8. TMS Логистика. Управление перевозками», функциональная система которого представлена на рисунке 1.

«Функциональность конфигурации «1С:TMS Логистика. Управление перевозками» определяется списком подсистем, которые входят в ее состав: управление нормативно-справочной информацией; управление клиентской базой; управление потребностями в перевозке грузов; управление заданиями на перевозку грузов; автоматическое и ручное планирование маршрутов доставки; формирование рейсов; управление ресурсами для обеспечения рейсов; контроль за выполнением рейсов; управление доступом; получение аналитической отчетности; визуализация информации на электронных картах» [3].

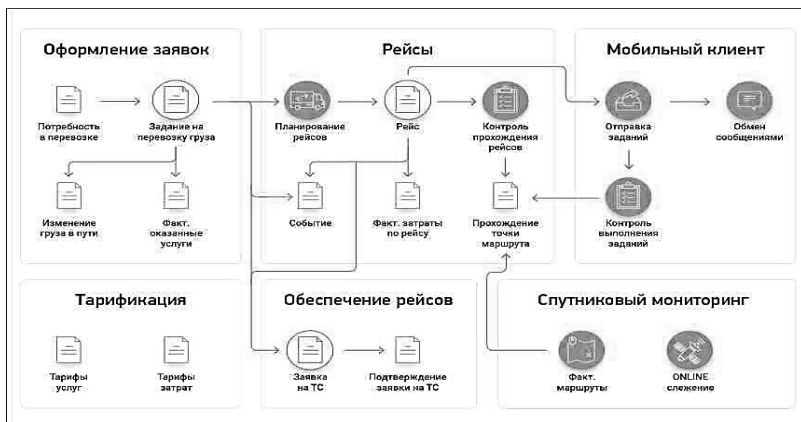


Рисунок 1. Функциональность конфигурации «1C:TMS
Логистика. Управление перевозками»

Данный продукт поможет устранить временные потери в неэффективных процессах. Диспетчер будет иметь возможность заносить клиента в базу данных и сразу формировать заявку на потребность в перевозке. Менеджер будет тратить меньше времени на составление маршрутизации, поскольку имеется возможность автоматического формирования рейсов и выбора транспорта. И также координация будет занимать меньше времени из-за возможности отслеживания движения груза с помощью подсистемы «контроль выполнения рейсов».

После внедрения программного продукта можно определить следующие результаты: время процесса занимает 882 мин.; время потерь первого рода сократило и составляет 315 мин. (35,7 %); потери второго рода ликвидированы; время, добавляющее ценность возросло и составляет 567 мин.; эффективность процесса увеличилась и составила 64,3 %.

Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что для повышения эффективности, и тем более для получения конкурентных преимуществ, использование информационных технологий необходимо на всех этапах цепочки процессов. Использование информационных технологий и современного программного обеспечения помогают улучшить скорость и качество процессов, в чем нуждается любая организация. На примере металлоторгующей организации была рассмотрена эффективность внедрения программного продукта «1C:Предприятие 8. TMS Логистика. Управление перевозками». Благодаря этому, время, затрачиваемое на бизнес-процессы логистики, было уменьшено, что привело к увеличению эффективности организации на 28,7%.

Библиографический список

1. Гаджинский А.М. Логистика: учебник для бакалавров / Гаджинский А.М. — Москва: Дашков и К, 2017. — 419 с.
2. Никаноркина, Н.В. Эконометрическое моделирование влияния затрат на инновационную деятельность в Российской Федерации / Н.В. Никаноркина // Самоуправление. - 2021. - №5 (127). — С.298-302.
3. Шумаев, В. А. Основы логистики: учеб. пособие / В. А. Шумаев. — М.: Юридический институт МИИТ, 2016. — 314 с.
4. 1С:Предприятие 8. TMS Логистика. Управление перевозками [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://solutions.1c.ru/catalog/tms/features> (дата обращения: 05.05.2022).

УДК 330.43

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА ОБЪЕМ ДЕНЕЖНЫХ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ

Курбанова С.И. бакалавр 3-го курса

*Научный руководитель: Никаноркина Н.В., к.п.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В работе представлен корреляционно-регрессионный анализ зависимости денежных доходов населения России от ряда экономических факторов, а также прогноз динамики этого показателя на ближайшую перспективу.

Ключевые слова: денежные доходы населения, доходы от предпринимательской деятельности, оплата труда наемных работников, корреляционно-регрессионный анализ, эконометрическая модель.

ECONOMETRIC ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF FACTORS ON THE VOLUME OF MONETARY INCOME OF THE POPULATION OF RUSSIA

Kurbanova S.I. 3rd year bachelor

*Supervisor: Nikanorkina N.V., candidate of pedagogical sciences,
associate professor*

Kaluga branch of the Financial University, Kaluga

Abstract. The paper presents a correlation-regression analysis of the dependence of monetary incomes of the Russian population on a number of economic factors, as well as a forecast for the dynamics of this indicator for the next two years.

Key words: cash income of the population, income from entrepreneurial activity, wages of employees, correlation-regression analysis, econometric model.

Доходы оказывают существенное влияние на формирование определенного уровня жизни, на качество жизни, на благосостояние каждого человека, так как являются не только средством удовлетворения различных потребностей человека, но и значимым фактором социальной, экономической, политической стабильности в стране. Проблема повышения уровня жизни каждого отдельного человека напрямую связана с решением проблемы роста реальных доходов населения. В связи с этим актуальным ста-

новится вопрос выявления тех факторов, которые существенным образом влияют на формирование уровня доходов населения.

Целью исследования является разработка эконометрической модели для анализа и оценки влияния различных факторов на динамику денежных доходов населения России и использование этой модели для краткосрочного прогнозирования рассматриваемого показателя.

Для достижения цели исследования был решен ряд взаимосвязанных задач:

- выбор факторных признаков, существенным образом влияющих на величину денежных доходов населения, для построения линейной множественной регрессионной модели;
- оценка параметров построенной регрессионной модели методом наименьших квадратов (МНК) и их экономическая интерпретация;
- определение качества построенной регрессионной модели;
- оценка статистической значимости уравнения регрессии в целом и его параметров;
- ранжирование факторов, входящих в модель, по степени влияния на зависимую переменную;
- проверка выполнения предпосылок МНК;
- определение прогнозных значений результативного показателя на два года вперед.

Для осуществления корреляционно-регрессионного анализа были взяты статистические данные за период с 2000 по 2020 годы по следующему показателю – в качестве результативного признака выбран объем денежных доходов населения в РФ (млрд. руб.), а из множества факторов, оказывающих влияние на формирование доходов населения, отобраны следующие:

- X1 – доходы от предпринимательской деятельности, млрд. руб.
- X2 – оплата труда наемных работников, млрд. руб.
- X3 – социальные выплаты, млрд. руб.
- X4 – доходы от собственности, млрд. руб.
- X5 – прочие денежные поступления, млрд. руб.

Начальным этапом эконометрического моделирования при построении регрессионного уравнения является отбор факторных признаков, существенным образом влияющих на результативный признак. Этот отбор может быть реализован различными методами, одним из которых является метод исключения статистически незначимых факторов путем пошагового отсева. В нашем исследовании мы применили именно этот метод. Инструментальным средством в MS Excel, позволяющим реализовать указанный метод, является инструмент Регрессия в надстройке Анализ данных.

Последовательное применение названного инструмента и анализ полученных результатов с помощью критерия Стьюдента позволили получить двухфакторную линейную модель регрессии, все коэффициенты в

которой статистически значимы с надежностью 95% (при заданном уровне значимости 5%). Уравнение зависимости денежных доходов населения в РФ от доходов от предпринимательской деятельности и оплаты труда наемных работников в РФ имеет следующий вид:

$$\hat{y} = -2694,3 + 5,4x_1 + 1,6x_2.$$

Коэффициенты «чистой» регрессии в полученном уравнении имеют следующую экономическую интерпретацию:

- Коэффициент $b_1 = 5,4$ показывает, что с увеличением доходов от предпринимательской деятельности (x_1) на 1 млрд. руб. при неизменном объеме оплаты труда наемных работников (x_2) денежные доходы населения в РФ увеличиваются в среднем на 5,4 млрд. руб.
- Значение коэффициента $b_2 = 1,6$ говорит о том, что с увеличением оплаты труда наемных работников (x_2) на 1 млрд. руб. при неизменном объеме доходов от предпринимательской деятельности (x_1) денежные доходы населения в РФ увеличиваются в среднем на 1,6 млрд. руб.

После построения уравнения регрессии в первую очередь необходимо оценить тесноту связи между факторными и результативным показателями с помощью коэффициента множественной корреляции R . В данном случае он оказался равным $R=0,9868$, что показывает очень тесную связь между зависимой переменной и двумя включенными в модель объясняющими факторами, так как полученное значение достаточно близко к 1.

Следующим шагом является определение уровня точности модели регрессии с помощью расчета таких показателей, как коэффициент детерминации и средняя относительная ошибка аппроксимации,

Коэффициент детерминации, равный $R^2 = 0,9737$, показывает, что на 97,37% вариация денежных доходов населения в РФ зависит от изменений доходов от предпринимательской деятельности и оплаты труда наемных работников. Оставшиеся 2,63% вариации результативного показателя – это влияние факторов, не включенных в модель.

В результате проведенных расчетов средняя относительная ошибка аппроксимации оказалась равной 1,95%. Этот показатель свидетельствует о том, что в построенной модели расчетные значения в среднем отклоняются от фактических на 1,95%. Значение средней ошибки аппроксимации находится в пределах нормы (меньше 8%).

Таким образом, расчетные значения коэффициента детерминации и средней относительной ошибки аппроксимации показывают, что построенная нами двухфакторная модель регрессии обладает хорошими качественными характеристиками и высоким уровнем точности.

Важным этапом анализа качества регрессионной модели является проверка значимости уравнения регрессии в целом с помощью F -критерия. Так как фактическое значения этого критерия $F_{\text{факт}}=314,8$ оказалось больше табличного значения $F_{\text{табл}}=3,59$, то уравнение регрессии следует считать статистически значимым с 95%-ной надежностью. Этот результат

позволяет нам использовать построенную модель для дальнейшего анализа и прогнозирования.

Если регрессионная модель включает несколько факторов, то можно выяснить, какова степень влияния каждого отдельного фактора при неизменном значении остальных на результативную переменную, что позволит провести ранжирование факторов. Для этой цели рассчитываются коэффициенты эластичности и бета-коэффициенты. Необходимость вычисления названных показателей связана с тем, что коэффициенты чистой регрессии, значения которых мы интерпретировали выше, невозможно использовать для непосредственной оценки влияния факторных признаков на зависимую переменную из-за различия единиц измерения и разной колеблемости факторов.

Коэффициент эластичности показывает, на сколько процентов изменится зависимая переменная при изменении фактора на один процент. В нашем случае при увеличении только объема доходов от предпринимательской деятельности на 1% денежные доходы населения в РФ увеличатся на 0,36%, а при увеличении оплаты труда наемных работников на 1% денежные доходы населения увеличиваются в среднем на 0,87%, то есть влияние фактора x_1 меньше, чем фактора x_2 .

Полученный результат подтверждается расчетом бета-коэффициентов. Бета-коэффициент β_{x1} показывает, что при увеличении объема доходов от предпринимательской деятельности на 1 своё стандартное отклонение денежные доходы населения в РФ увеличатся в среднем на 0,36 своего стандартного отклонения при фиксированном значении другого фактора. А при увеличении оплаты труда наемных работников на 1 своё стандартное отклонение денежные доходы населения увеличиваются в среднем на 0,69 своего стандартного отклонения при фиксированном значении другого фактора. Как видим, на изменение денежных доходов населения в РФ более сильное влияние оказывает фактор x_2 , поскольку $\beta_{x2} > \beta_{x1}$.

Так как оценка параметров регрессионного уравнения была осуществлена методом наименьших квадратов (МНК), то проверка адекватности построенной модели является крайне важным этапом эконометрического моделирования. Эта проверка предполагает исследование ряда остатков, то есть анализ расхождений между рассчитанными по модели значениями и фактическими наблюдениями. Называют эту процедуру проверкой предпосылок МНК. Для модели множественной регрессии проверяют выполнение шести предпосылок:

- о случайности уровней ряда остатков,
- о нулевом среднем значении остатков,
- о гомоскедастичности остатков,
- об отсутствии автокорреляции в остатках,
- о нормальном законе распределения последовательности остатков,

- об отсутствии мультиколлинеарности.

В результате проверки было выявлено, что наиболее важные из предпосылок МНК выполняются, что говорит об адекватности построенной двухфакторной линейной регрессионной модели. Таким образом, рассматриваемая модель может быть использована для прогнозирования денежных доходов населения на ближайшие несколько лет.

Для нахождения прогнозного значения денежных доходов населения России первым делом необходимо определить прогнозные значения факторов x_1 (доходы от предпринимательской деятельности) и x_2 (оплата труда наемных работников). С этой целью был использован инструмент «Мастер диаграмм» в MS Excel и подобраны трендовые модели для объема доходов от предпринимательской деятельности (рис.1) и оплаты труда наемных работников (рис.2).

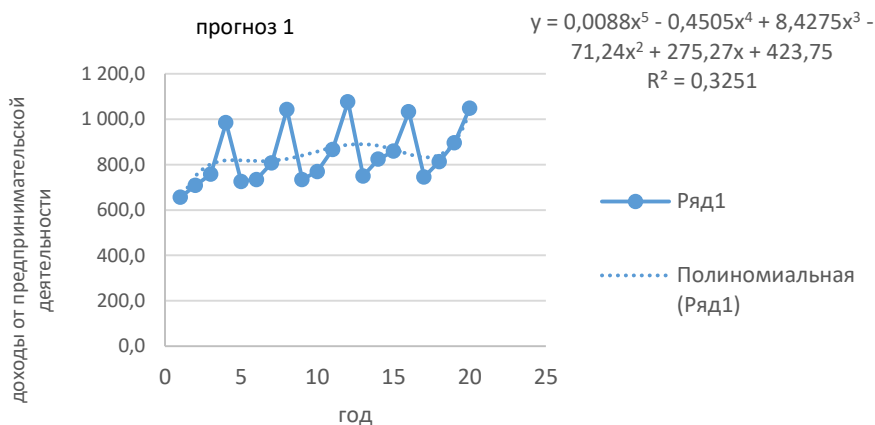


Рисунок 1. Трендовая модель прогноза объема доходов от предпринимательской деятельности

Для фактора x_1 выбрана полиномиальная модель пятой степени вида

$$y = 0,0088x^5 - 0,4505x^4 + 8,4275x^3 - 71,24x^2 + 275,27x + 423,75,$$

а для фактора x_2 выбрана линейная модель вида $y = 115,89x + 5717,5$.

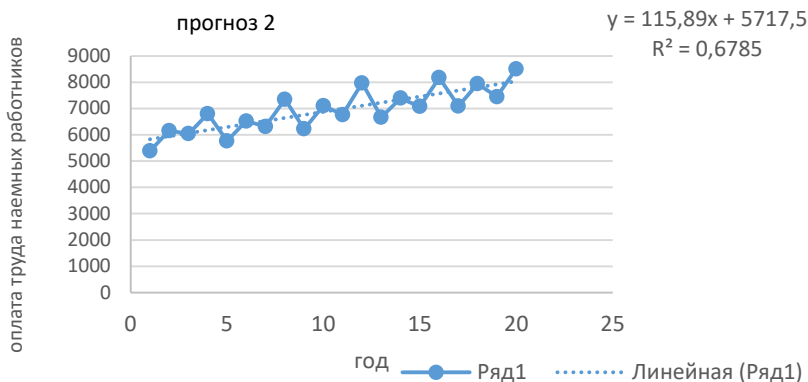


Рисунок 2. Трендовая модель прогноза объема оплаты труда наемных работников

Далее для получения прогнозных оценок денежных доходов населения России подставим в построенную модель найденные прогнозные значения факторов x_1 и x_2 .

По результатам анализа динамики денежных доходов в РФ был составлен точечный прогноз на краткосрочную перспективу, который показывает увеличение денежных доходов населения в РФ с 16 394,2 млрд. руб. до 16 617,56 млрд. руб. в 2021 году и до 18 931,14 млрд. руб. в 2022 году.

Библиографический список

1. Айвазян, С. А. Эконометрика - 2: продвинутый курс с приложениями в финансах: учебник / С. А. Айвазян. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017.
2. Никаноркина, Н.В. Особенности организации самостоятельной работы студентов по математике в условиях цифровой трансформации / Н.В. Никаноркина // Научные труды Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского. Серия «Естественные и технические науки» Калуга, 2021. – С.207-214.
3. Никаноркина, Н.В. Эконометрическое моделирование влияния затрат на инновационную деятельность в Российской Федерации / Н.В. Никаноркина // Самоуправление. - 2021. - №5 (127). – С.298-302.
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики: [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (Дата обращения: 02.05.2022).
5. Яковлев, В.Б. Эконометрика в Excel и Statistica: учебное пособие / В.Б. Яковлев. – Москва: КНОРУС, 2022. – 382 с.

**ВНЕДРЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ДЛЯ
АВТОМАТИЗАЦИИ УЧЕТА ТОВАРНО-МАТЕРИАЛЬНЫХ
ЦЕННОСТЕЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

Михалев В.О. бакалавр 4-го курса

Научный руководитель: Винокуров И.В., к.т.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В работе проанализированы понятия автоматизации, товароматериальных ценностей. Рассмотрены проблемы при учете товароматериальных ценностей.

Ключевые слова: товарно-материальные ценности, штрихкодирование, автоматизация, учет, информационная система, внедрение.

**IMPLEMENTATION OF AN INFORMATION SYSTEM FOR
AUTOMATION OF INVENTORY ACCOUNTING
AT THE ENTERPRISE**

Mikhalev V.O. bachelor's degree of the 4th year

*Supervisor: I.V. Vinokurov, Candidate of Technical Sciences,
associate Professor*

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. The paper analyzes the concepts of automation, commodity-material values. The problems of taking into account commodity-material values are considered.

Keywords: inventory, barcoding, automation, accounting, information system, implementation.

В настоящее время особо актуальной темой является автоматизации учета товарно-материальных ценностей (далее ТМЦ), так как множество предприятий стремятся снизить, как временные затраты на учет товарно-материальных ценностей, так и повысить прибыль путем наведения порядка в учете товарно-материальных ценностей.

Для дальнейшего рассмотрения темы нужно разобраться, что является автоматизацией, чем являются товарно-материальные ценности и когда происходит учет ТМЦ.

Давая определение автоматизации можно сказать, что это использование технических средств, экономико-математических методов и систем управления, освобождающих человека частично или полностью от непосредственного участия в процессах получения, преобразования, передачи и использования энергии, материалов или информации.

Автоматизируются:

1. технологические, энергетические, транспортные и др. производственные процессы;
2. организация, планирование и управление в рамках цеха, предприятия, строительства, отрасли, войсковой части, соединения и др.

В современном мире автоматизация играет большую роль в жизни множества организаций, так как при множестве процессов, происходящих в работе организации, информационные системы, компьютеры или технические средства облегчают эту работу, делая ее более качественной и быстрой [1].

Говоря о товарно-материальных ценностях можно сказать что это все активы конкретной организации, участвующие в оборотном процессе и являются доходными. К ним можно отнести, например, готовую продукцию, сырье, которые сопровождают реализацию.

Аббревиатура ТЦМ расшифровывается как товарно-материальные ценности. Из расшифровки можно понять, что ТМЦ является реализуемая продукция в данный момент времени, а также и другие объекты, например, сопутствующие товару, либо являющиеся его несформированным видом, такой как неоконченный товар. Но важным является, что данные товары все также будут относиться к имуществу организации, которые будут подлежать учету и контролю в организации.

Приведу в пример автомобиль, не имеющий какой-либо детали, например, фар, он все равно будет оставаться автомобилем значимым для организации, но без возможности продажи. Хотя в будущем он после завершения производственного процесса будет отправлен на реализацию.

Из выше написанного можно сделать вывод, что ТМЦ (расшифровка аббревиатуры) являются: ценности в первую очередь товарного, но и материального характера. И это можно сделать вывод что, нематериальные ценности не будут относиться к товарно-материальным ценностям.

ТМЦ имеет огромное количество классификаций, но для более легкого представления ее можно описать в трех основных группах:

- Сырье. Это часть материальных активов организации, которые будут направлены на производство продукции.
- Незавершенные материалы. Здесь, как правило, нет определенной степени готовности. К ним можно отнести как начальный продукт, или, почти заверченный продукт, в котором недостает нескольких деталей. Главный критерий – объект пока не может быть реализован.
- Готовый товар. Полностью готовый продукт направляющийся в магазин или клиенту [2].

Так же для автоматизации учета ТМЦ надо понять, когда производится учет на предприятии. Можно выделить два основных момента, когда осуществляется учет ТМЦ:

- Во-первых, это фиксация товара при приходе или его уходе. При учете ТМЦ фиксации подлежат оприходованный товар, включающий в себя, например, пока лишь материалы, сырье, подготовленный на последующую обработку. Так же фиксируются различные документы, представляющие собой, например, приходную номенклатуру, договоры купли-продажи, поставки, сопроводительная документация. Важным моментом

при учете документации является то что, она будет учитываться даже если источником будет является сама компания, а не какой-либо поставщик, это связано с тем что в большинстве организаций очень длительная цепочка производства и из-за этого продукция поступает от одного объекта другому все в более обработанном виде.

- Во-вторых, убыток – это вторая стадия, которая также нуждается в фиксации. Такой вариант возможен при:

- Первое – это реализация продукта. Другими словами, это полностью произведенный продукт, который был отправлен покупателю.

- Второе – это потеря или утрата товара, она может быть ввиду различных причин, например, порча, просроченный товара, брак, произошли непредвиденные обстоятельства различной силы, похищение на складе или убыток без выявленных причин.

Из выше написанного можно сделать вывод что, для автоматизации учета ТМЦ нужно внедрить информационную систему, которая будет ускорять процесс фиксации товара при поступлении или реализации продукции с минимальным участием человеческого фактора [3].

Одним из способов автоматизации учета ТМЦ является штрихкодирование. Под штрихкодирование подразумевается промаркированная продукция с помощью проштрихкодированной этикетки. Как правило, промаркированный товар содержит в себе как все ключевые данные о продукции, такие как: характеристика товара, сведения о производителе, месте производства, наименование, так и подробные сведения о его характеристиках: срок годности, серийный номер, об оборудовании, который участвовал в его производстве и о его специфике или данные о количестве сырья, используемого для его изготовления и т.п.

Можно выделить несколько основных принципов работы системы штрихкодирования товара:

- Создание уникального штрихкода
- На товар наносится уникальный идентификатор – штрихкод.
- При любой операции с промаркированным товаром производится считывание штрихкода с помощью сканера или терминала сбора данных;
- Данные, полученные считывающим устройством, передаются в информационную систему или базу данных для регистрации и обработки.

Штрихкодирование, благодаря своим функциям, автоматизирует работу на предприятии таким образом, что при поступлении или отбытии товара, при каждом перемещении он будет фиксироваться и вносится в базу данных информационной системы, с использованием минимального ручного труда.

Главной проблемой множества предприятий является то что, учет ТМЦ это долговременный и низкокачественный процесс, так как в основном он производится вручную [4]. Правильная организация системы штрихкодирования на предприятии устанет эти проблемы путем:

- ведение безошибочного учета товарно-материальных ценностей за счет отсутствия человеческого фактора, так как система автоматизирована;
- организация единого хранилища данных о продукции, отгрузках и закупках;
- повышение эффективности и оперативности учета товаров на складах за счет использования штрихкодов;
- обработка данных о торгово-материальных ценностях и всех заказах в электронном формате;
- автоматизация всех процессов, ускорение и упрощение всех процессов, начиная от приемки товаров до их поставки конечному потребителю, учетной деятельности на предприятии;
- достоверность и своевременное предоставление учетной и отчетной информации, сведение ошибок при получении любой информации о товаре из базы данных к минимуму [5].

Исходя из данных преимуществ, предоставляемых решением с использованием штрихкодирования, можно сделать вывод о том, что внедрение информационной системы с использованием штрихкодирования автоматизирует учет товароматериальных ценностей.

Библиографический список

1. Брюханов, В.Н. Автоматизация производства. / В.Н. Брюханов. — М.: Высшая школа, 2018. — 367 с.
2. Кулякина Е.Л. Теоретические аспекты особенностей учета и инвентаризации ТМЦ / Е.Л. Кулякина // Теория и практика современной науки. — 2019. — № 2 (44). — С. 223–227.
3. Магомедова З.О. Аудит и анализ движения товарно-материальных ценностей / З.О. Магомедова // Экономика и предпринимательство. — 2020. — № 6 (119). — С. 1101–1105.
4. Подскребайлина Е.А. Актуальные проблемы учета товарно-материальных ценностей / Е.А. Подскребайлина // Экономика и социум. — 2020. — № 10 (77). — С. 648–650.
5. Сафаров Т.А. Технология штрихового кодирования. Москва: 2018 г.

УДК 658.3.07

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В МАЛОМ ПРЕДПРИЯТИИ ГАЗООБСЛУЖИВАНИЯ

Орлова Е.В. бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Широкова Е.В., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. Статья посвящена анализу работы системы электронного документооборота на предприятии. Неправильно действующая система документооборота замедляет работу организации, вызывает проблемы с безопасностью. Совершенствование системы документооборота оптимизирует работу, избавит организацию от актуальных неудобств в её деятельности.

Ключевые слова: информационные системы, электронный документооборот, СЭД, 1С:Документооборот.

IMPROVEMENT OF THE INFORMATION SYSTEM IN A SMALL GAS SERVICE ENTERPRISE

Orlova E.V., bachelor's degree of the 4rd year

Supervisor: E.V.Shirokova, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The concepts of information systems are summarized and classified in the work. The relationship and implementation of EIS in the organization of industrial enterprises is considered.

Keywords: information systems, electronic document management, ECM, 1C: Document Management.

Система электронного документооборота (СЭД) – организационно-техническая система, обеспечивающая процесс создания, управления доступом и распространения документов в компьютерных сетях, а также обеспечивающая контроль над потоками документов в организации. СЭД предоставляет возможность удобного поиска нужного сотруднику документа и предоставляет потенциал совокупного использования информации в локальной среде корпоративной инфраструктуры.

Неорганизованный документооборот в учреждении вызывает застой в работе – на передачу документов тратится больше времени, чем на работу с ними, как следствие снижается эффективность управленческого аппарата. Поэтому можно сделать вывод, что движение документов на предприятии и организация процесса управления взаимосвязаны и взаимозависимы – от того, насколько оперативна обработка документов и их передача, зависит насколько быстро будет принято управленческое решение.

ООО «Альфа-Газ» выступает в качестве объекта исследования. Общество с ограниченной ответственностью «Альфа-Газ» – это предприятие, целью которого является получение прибыли за счёт таких мероприятий, как разработка проекта газификации, подготовка участка для реализации проекта, покупка необходимых материалов, подбор оптимальной по цене и качеству комплектации, производство строго в соответствии ГОСТ строительного-монтажных работ, проверка всего газопровода на герметичность, подготовка всей исполнительной документации и прочих.

Больше 10 лет компания «Альфа-газ» успешно работает на рынке газоснабжения. Газификация объектов под ключ, предоставление полного комплекса услуг по проектированию, строительству, вводу в эксплуатацию и обслуживанию систем газоснабжения на любых объектах в Калуге и области – это комплекс услуг, оказываемых ООО «Альфа-газ». Также организация самостоятельно получает всю документацию, создаёт и реализует проекты внутренних и наружных газопроводов, выполняет весь комплекс монтажно-строительных работ по газификации, доводит объект до

сдачи органам контроля и надзора и осуществляет ввод его в эксплуатацию.

Для осуществления деятельности организация снабжена необходимыми элементами программного обеспечения и информационной системой. Персональные компьютеры сотрудников работают под управлением Windows 10. Среди облачных технических решений организация выбирает разработку компании «Google» под названием «Google Диск» – централизованный накопитель данных с безопасным общим правом доступа.

Использование глобальной сети интернет, а также подключение к серверу 1С происходят через веб интерфейс, который предоставляет браузер Google Chrome.

В качестве офисного пакета установлен MS Office 2021, который включает в себя весь набор необходимого офисного ПО для работы с документами. В частности, компания часто прибегает к помощи таких продуктов, как MS Word и MS Excel [4].

Основные документы хранятся в системе 1С:Документооборот.

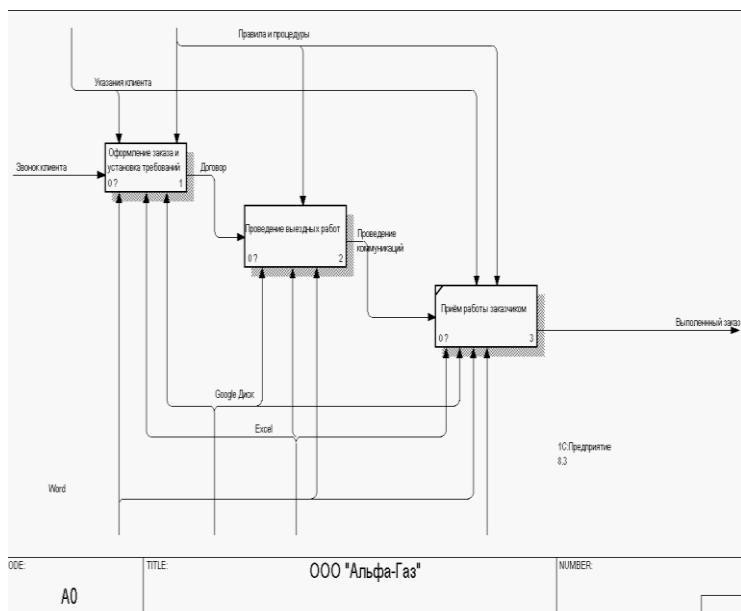


Рисунок 2. Бизнес-процессы в организации

Заинтересованный в заказе клиент звонит в организацию. Инженер заносит требования заказчика (вид работ по газообслуживанию, сроки выполнения, размер территории работ, планируемые расходы на работы) и его контактные данные (номер телефона, паспортные данные) в систему. Заказ проходит одобрение, либо от него отказываются. Если заказ одобря-

ют, то составляется предварительный план работ, выделяется необходимое оборудование, расчет суммы для оплаты клиентом. Клиент подписывает план работ, либо вносит правки. Все действия проходят с учетом закона, правил и внутреннего регламента ООО «Альфа-газ»

Проводятся выездные работы. Согласно дате в договоре рабочие выезжают с необходимым оборудованием, выгружают и устанавливают его. После выполнения работ по газообслуживанию на участке заказчика происходит их проверка.

После моделирования бизнес-процессов ООО «Альфа-Газ» была выявлена следующая проблема: ненадежность хранения электронных документов [3].

Отсутствие полноценного ввода данных в систему 1С, в неё попадают уже обработанные, законченные заказы. Основные документы хранятся в виде файлов формата PDF в компьютере работника. Для каждого клиента заводится отдельная папка, в которую заносятся файлы заказа. В процессе работы над проектом данные могут загружаться и выгружаться из MS Word, MS Excel, Google Диск. Это небезопасно для данных заказчика и самой компании, к тому же времязатратно и трудоёмко обращаться к разным источникам для поиска данных [1].

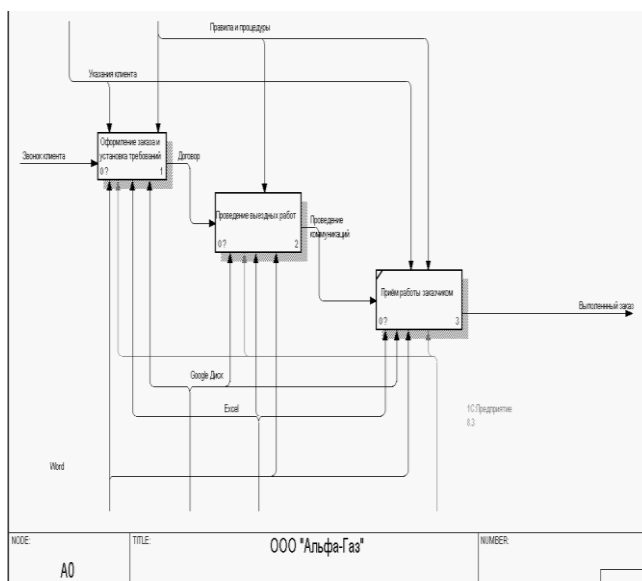


Рисунок 3. Бизнес-процессы в организации после совершенствования

Для улучшения производительности и информационной безопасности все доступные данные следует заносить непосредственно в систему

1С:Документооборот, в процессе обработки заказа. Будучи универсальной, программа легко может быть настроена и адаптирована под специфику организации ООО «Альфа-Газ».

«1С: Документооборот 8» позволит реализовать следующие возможности, при более плотной работе с ней:

— упорядочить работу сотрудников с документами, исключить возможность утери версий или пересечения фрагментов при одновременной работе;

— сократить время поиска нужной информации и суммарное время коллективной обработки документов;

— повысить качество готового материала (проектов, документации и пр.) [2] [5].

Оптимальным предложением является расширение количества бизнес-процессов, с которыми будет взаимодействовать система 1С:Предприятие 8.3. В систему будет введена возможность работы с входящими, исходящими и внутренними документами организации.

Самым важным обновлением станет работа со входящими документами, т.е. с заказами. Весь процесс работы будет оптимизирован, а значит, скорость выполнения и сдачи заказа сократится. Кроме того, такой вариант работы обладает большим удобством, так как благодаря усовершенствованной и автоматизированной системе, возможен сбор и формирование дальнейшей статистики для анализа различных данных, которые помогут выявить смежные проблемы, которые необходимо устранить. Это позволит компании выполнять заказы быстрее, а значит, это повысит общий объем поступающих заказов, что, несомненно, положительно отразится на валовой выручке. Помимо этого, такой формат формирования заказа исключает большую часть претензий от заказчика, что положительно скажется на репутации компании в будущем и увеличит количество клиентов.

Библиографический список

1. Капулин Д. В. Прикладное решение по подготовке информации о бизнес-процессах для платформы 1С: Предприятие с использованием ERwin Process Modeler // Информационные технологии. – 2012. – №. 4. – С. 59-62.
2. Чесноков С. В. Внедрение электронного документооборота в российских организациях // Бухгалтер и закон. – 2015. – №. 1 (173). – С. 40-44.
3. Ястребов К. Л. и др. Организационная структура предприятия // Транспортная инфраструктура Сибирского региона. – 2015. – Т. 2. – С. 248-255.
4. Куняев Н.Н. Конфиденциальное делопроизводство и защищенный электронный документооборот : учебник / Н.Н. Куняев — Электрон. текстовые дан. - Москва: Логос, 2013 - Режим доступа: <https://www.iprbookshop.ru/9083.html> (дата обращения: 27.04.2022).
5. 1С:Документооборот 8 // Официальный сайт компании 1С [сайт]. Режим доступа: <http://v8.1c.ru/doc8/> (дата обращения 25.10.2017)

УДК 004.67

**ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ
УПРАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИКОЙ И СКЛАДОМ ПРИ ПОМОЩИ
ШТРИХ-КОДОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

Парфенов Д.С бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: **Винокуров И.В.**, к.т.н, доцент*

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация: Актуальность внедрения новой информационной системы управления логистикой и складом на предприятии обуславливается в первую очередь необходимостью повышения уровня эффективности логистической цепочки поставок товаров. Статья направлена на выявление особенностей внедрения информационной системы управления логистикой и системой складов предприятия.

Ключевые слова: склад, системы управления логистикой и складом, эффективность, товары, платежи.

**PECULIARITIES OF IMPLEMENTATION OF THE INFORMATION SYSTEM
OF LOGISTICS AND WAREHOUSE MANAGEMENT
WITH THE HELP OF BARCODES AT THE ENTERPRISE**

Parfenov D.S. Bachelor of the 4th year

*Supervisor: **Vinokurov I.V.**, Candidate of Technical Sciences,*

Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract: The relevance of introducing a new information system for managing logistics and warehouse at an enterprise is determined primarily by the need to increase the level of efficiency of the logistics supply chain of goods. An article of the direction to identify the features of the implementation of an information system for managing logistics and the warehouse system of an enterprise.

Key words: warehouse, logistics and warehouse management systems, efficiency, goods, payments.

Информационная система склада на предприятии представляет собой взаимосвязанную совокупность логистических средства и методов, персонала складского хозяйства, которые применяются для хранения, обработки и выдачи информации в интересах повышения эффективности деятельности. При внедрении информационной системы должны в первую очередь учитываться пллькт внешних и внутренних данных, для прямой и обратной информационной связи субъекта хозяйствования, методов, средств, документов, которые участвуют в процессе проведения обработки информации и для выработки управленческих решений [1].

В настоящее время на рынке представлено большое количество информационных систем для управления логистикой и складами предприятий, в 2022 году наибольшей популярностью пользуются системы управления складом (WMS) и системы управления складскими операциями.

Данные системы в основном направлены на решения общих управления складом, таких как управление временем, точность отслеживания остатков запасов, ликвидация избыточных процессов склада.

Традиционное программное обеспечение для управления складом со штрих-кодом может управлять только определенной партией товаров, то есть осуществляется запись только партий и количества одного и того же вида товаров, а штрих-код или другая идентификация каждого товара не записываются. Для товаров с уникальной идентификацией, такие как полимерные материалы, компьютеры, техника и другие электронные продукты, место хранения, а также входящие и исходящие записи каждого товара не могут быть подробно записаны, отдельные компоненты со штрих-кодами также не указываются в базе данных. На рисунке 1 представлена самые популярные информационные решения в 2022 году для управления логистикой и складом.



Рисунок 1. Самые популярные информационные решения в 2022 году для управления логистикой и складом

Проектируемая автоматизированная информационная система управления логистической системой и складом представляет целый комплекс, состоявший из вычислительного и коммуникационного оборудования складского. Программное обеспечение для управления складом при помощи штрих-кодов, использует штрих-коды в качестве идентификаторов и штрих-коды в качестве источников данных для проведения анализа эффективности. Система управления складом штрих-кодов использует терминалы сбора данных для сканирования идентификаторов штрих-кодов для сбора данных, так же позволяет ручной сбор данных. Цифровизация складской деятельности диктует новые требования к анализу данных, к скорости обработки данных производственных предприятий [2].

Система управления складом штрих-кодов обеспечивает интеллектуальную стратегию размещения и складирования и может автоматически генерировать список размещения или список комплектации в соответствии со стратегией, что не только экономит время для планирования работы, но также повышает эффективность работы по размещению и сортировке складских запасов, позволяет принимать новые управленческие решения по логистике. Поддерживаемые в настоящее время стратегии в основном включают стратегию «первым пришел — первым обслужен», случайную

стратегию и заданную стратегию. Система обеспечивает функции анализа и отчетности в различных общих складских операциях и может превратить много утомительной работы, которая выполнялась вручную в прошлом, в автоматическую систему. Статистический отчет имеет такие функции, как отслеживание бизнеса, статистика объема бизнеса и раннее предупреждение. Статистические отчеты могут формироваться в соответствии с различными условиями и сохраняться в различных форматах данных.

Проектируемая система, при помощи языка программирования 1С позволяет управлять большим количеством товарно-материальных запасов с разных точек зрения, таких как уровень, категория, местонахождение, партия и отдельный товар, чтобы складские работники могли своевременно понимать и контролировать точную ситуацию и данные по всем аспектам складского бизнеса и помогать вам эффективно использовать штрих-коды для управления складами предприятий. Система управления поддерживает настройку склада, региональную настройку и настройку местоположения, что позволяет с первого взгляда понять управление складскими запасами. Система по умолчанию поддерживает русский язык, но может в дальнейшем совершенствоваться и поддерживать другие языки [3].

Проектируемая информационная система поддерживает автоматическую технологию сканирования штрих-кода и технологию ручного ввода и анализа по складам остатков товаров во всем процессе обработки складских операций, что позволяет эффективно и быстро обрабатывать такие услуги, как складирование, перемещение остатков склада и упрощает процесс проведения инвентаризации, избегая ошибок при вводе данных человеком и значительно повышая эффективность выполнения. Реализовать управление общедоступными базовыми данными, функции включают в себя: управление категориями предприятий, управление предприятиями, управление категориями складов, управление складами, управление территориями, управление складскими помещениями, управление категориями товаров, управление товарами, управление подразделениями, управление единицами преобразования, управление отделами, управление пользователями, Управление группами, управление пользователями.

Управление запасами. Реализовать управление складским процессом, а функции включают в себя: управление складскими заказами, управление складским аудитом, управление полками, распределение мест хранения, проверку полок и т.д.

Исходящее управление. Реализовать управление исходящим процессом, а функции включают в себя: управление исходящими заказами, управление исходящим аудитом, управление комплектацией, проверку комплектации и т. д.

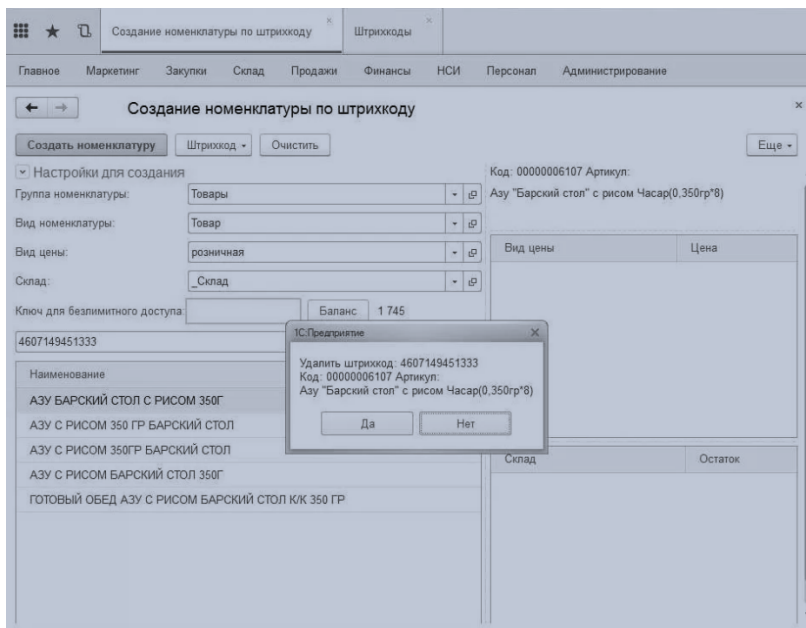


Рисунок 2. Формирование номенклатуры складского хозяйства по штрих-кодам с аналитикой по разным складам

Неспособность склада обеспечить правильное получение, приемку, контроль качества и доставку может привести к потере времени, созданию запасов, задержке доставки, увеличению затрат и упущенным возможностям обслуживания клиентов. Использование технологии штрихового кодирования в сочетании с технологией обработки информации позволяет обеспечить точность инвентаризации, обеспечить необходимый уровень запасов и движение материалов на складе, согласование с поступающим товаром, а также обеспечить оптимальное поступление, сохранение и отток продукции.

Внутрибиблиотечное управление. Информационная система позволяет реализовать управление складскими операциями, такими как инвентаризация и сброс. Функции включают в себя: управление дампом, аудит дампа, управление планом инвентаризации, отчет о разнице в инвентаре, предупреждение об инвентаризации и т. д.

Когда документ введен, штрих-код документа товара может быть сгенерирован и распечатан. При запросе определенного документа можно отсканировать штрих-код, чтобы быстро получить документ. Когда нужно отразить детали документа предыдущего этапа, можно отсканировать штрих-код производителя с коробок на складе, чтобы вывести детали документа предыдущего этапа.

Библиографический список

1. Development of the logistics 4.0 concept in the digital economy / N. Trushkina, H. Dzwigol, O. Serhieieva, Yu. Shkrygun // Экономический вестник Донбасса. – 2020. – № 4(62). – Р. 85-96.
2. Абашева, О. Ю. Повышение эффективности оперативного планирования в логистике организации / О. Ю. Абашева, С. А. Доронина, Е. А. Кони́на // Управленческий учет. – 2021. – № 11-1. – С. 13-19.
3. Шумаев, В. А. Рекомендации предприятиям по совершенствованию логистической деятельности / В. А. Шумаев // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 2017. – № 3. – С. 21-25.

УДК 65.011.56

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ CRM-СИСТЕМ

Пинахина А.Ю. бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Пономарев С.В., к.ф.-м.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В работе рассмотрены основные проблемы, с которыми может столкнуться организация в процессе внедрения CRM-системы. На примере малой консалтинговой организации кратко описан проект внедрения, возможные проблемы и их решения.

Ключевые слова: информационные системы, CRM-системы, CRM, консалтинговая организация, внедрение CRM, проблемы внедрения CRM, консалтинг.

PROBLEMS OF IMPLEMENTING CRM SYSTEMS

Pinakhina A. Y. bachelor's degree of the 4rd year

*Supervisor: S. V. Ponomarev, Candidate of Physical and Mathematical,
Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The paper considers the main problems that an organization may face in the process of implementing a CRM system. Using the example of a small consulting organization, the implementation project, possible problems and their solutions are briefly described.

Keywords: information systems, CRM systems, CRM, consulting organization, CRM implementation, CRM implementation problems, consulting.

Использование информационных систем является неотъемлемой частью ведения успешного бизнеса как в России так и за рубежом. Сегодня ни одна организация не представляет свою деятельность без помощи современных технологий. Они значительно упрощают работу сотрудников, делает ее более качественной и быстрой.

Внедрение информационных систем может значительно повысить конкурентноспособность организации и, тем самым, увеличить ее годовую выручку. Высокая прибыль, в свою очередь, позволяет организации боль-

ше вкладывать в развитие, следовательно, укрепить свое положение на рынке и составить достойную конкуренцию другим предпринимателям.

CRM-система поможет не просто вести дела в удобной форме и отслеживать каждый процесс, но и видеть общую картину, строить планы и делать предварительные расчеты.

CRM-система (Customer Relationship Management или Управление отношениями с клиентами) — это прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путем сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов [4].

Системой CRM можно назвать любой вид контроля, учета и хранения, который может улучшить взаимоотношения с клиентами. Если организация фиксирует данные клиента, его заказов и обращений в бумажном виде или про помощи таблиц Excel – это будет считаться как CRM-система, при условии, что разработанная схема хранения и обработки данных работает и позволяет контролировать все виды взаимодействия с существующими и потенциальными клиентами. Однако подобные системы давно устарели и редко наблюдаются в развитых или развивающихся организациях.

Основное назначение CRM систем состоит в том, чтобы помогать пользователям (менеджерам) строить взаимоотношения с клиентами, управлять процессом продаж, улучшать качество сервиса при работе с клиентами и контролировать прибыльность бизнеса. Бесспорным плюсом наличия CRM-системы в организации является сохранение конкретных данных о клиенте, которые впоследствии можно использовать для формирования более подходящих или даже индивидуальных условий для покупателя.

Важный плюс CRM-системы — она избавляет руководителя от постоянного микроконтроля сотрудников. Сотрудники организации экономят время на постановке задач, менеджеры больше не тратят ценные часы на подготовку отчетов, многие процессы автоматизированы, некоторые данные собираются сами, в режиме онлайн. В некоторых CRM-системах даже можно настроить важность, выполняемых задач.

CRM — это специальное программное обеспечение, с помощью которого организация работает с потенциальными и существующими клиентами, автоматизирует процессы и отслеживает действия покупателей и сотрудников [5].

Не существует универсальных CRM-систем, которые подойдут любой организации. При выборе программы, руководитель и специалист по внедрению должен учитывать сферу деятельности организации, количество ее сотрудников и многие другие факторы.

Внедрение CRM-системы является одним из приоритетных направлений развития любой организации, так как она поможет обеспечить высокое качество обслуживания клиентов, уменьшить трудозатраты на сопровождение, освободить сотрудников от рутинной работы и сократить случайные ошибки, которые могут допускать сотрудники по невнимательности.

CRM-системы автоматизирует процессы взаимоотношений с клиентами, тем самым помогают внедрять, измерять и контролировать внутренние стандарты и методики работы с клиентами.

Для примера разберем малое предприятие (численность сотрудников меньше 100 человек), которое занимается консалтинговой деятельностью. Преимущественно, клиентами являются представители малого, среднего и крупного бизнеса. Наша организация организует совместные и индивидуальные мероприятия для поддержания командного духа, организывает PR-деятельность.

В организации используются различные информационные технологии, такие как:

- Корпоративная почта;
- «1С:Бухгалтерия 8»;
- Система проверки контрагентов «СПАРК»;
- Таблицы MS Excel для учета информации о заказчиках и заказах.

Так как взаимодействия с клиентами происходит на постоянной основе и деятельность организации подразумевает под собой непрерывную работу с информацией о заказчиках и заказах, внедрение CRM-системы просто необходимо.

CRM-система, в первую очередь, соберет всю информацию о клиентах и заказах в одном месте и сотрудникам не придется собирать данные вручную, из разных мессенджеров, телефонных разговоров, электронных почт. Также менеджеры по продажам и другие сотрудники, которые непосредственно взаимодействуют с клиентами, могут направлять информацию о заключенных договорах, в бухгалтерию и на исполнение, в самой системе.

О плюсах системы взаимоотношений с клиентами можно говорить бесконечно, но обратим внимание на ее минусы, а именно, на проблемы внедрения.

После решения руководителя об усовершенствовании информационной системы организации, следует составить план осуществления проекта. Такой план можно составить в письменной форме или наглядно, что мы и выберем.

Первой проблемой внедрения CRM-системы в организацию можно выделить отсутствие конкретного плана действий. Естественно, эффективность работы системы так или иначе зависит от правильного ее внедрения. Ошибки в составлении плана внедрения повлекут за собой цепочку труд-

ностей, таких как сбой работы в организации, потеря существующих данных или контактов и прочее.

На рисунке 1 отобразим ключевые этапы проекта внедрения CRM-системы с помощью диаграммы Ганта в MS Project:

- Подготовка проекта:
 - Определение целей и задач;
 - Сбор требований;
 - Расчет бюджета;
 - Анализ существующей ИС;
- Внедрение:
 - Внедрение «Битрикс24» в ИС;
 - Настройка интерфейса;
 - Оптимизация рабочих процессов;
 - Настройка интеграций;
 - Перенос данных из MS Excel
- Обучение сотрудников;
- Тестирование;
- Поддержка.

Данный проект внедрения займет 39 рабочих дней. Для каждой организации это число будет отличаться, оно зависит от деятельности организации, CRM-системы, количества сотрудников, которые станут будущими пользователями программы и от особенностей ее деятельности.

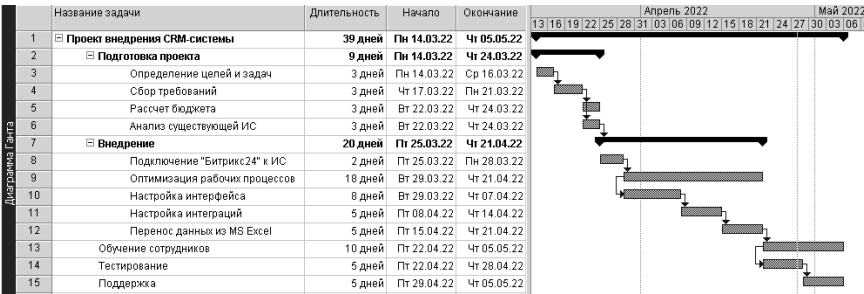


Рисунок 1. Диаграмма Ганта проекта внедрения CRM-системы

Еще одна из проблем внедрения связана как раз со сроками осуществления проекта, так как это может испугать руководителя. Но эти опасения останутся лишь опасениями, при грамотном подходе к планированию или под руководством специалиста в данной сфере. Почти каждая платформа, предоставляющая свою систему CRM, предложит помощь по внедрению и направит в организацию своего специалиста, который знает все тонкости работы программы.

Больше всего руководители организаций боятся огромных затрат на реализацию проекта. Да, затраты будут, но и они зависят от конкретной

организации и ее особенностей. Например, опыт внедрения CRM-системы в малую консалтинговую организацию с максимальным расширением облачного решения «Битрикс24», за все время реализации проекта составило 171 тысячу 390 рублей, включая работу трех сотрудников и месячной подписки на программу.

Также не стоит забывать о том, что поддержка работы CRM-системы «Битрикс24» будет состоять из ежемесячной подписки на тариф, в размере 9 тысяч 590 рублей.

Затраты могут составить значительно меньше или больше, для разных организаций и систем CRM.

Важно не забывать о таких этапах, как:

- Обучение сотрудников;
- Тестирование программы;
- Поддержка работы.

Обучению сотрудников стоит уделить особое внимание и выделить для этого отдельные, оплачиваемые часы. Будущие пользователи программы должны знать, как все устроено, к кому можно обратиться, при возникновении вопросов и какие действия были автоматизированы.

Также можно столкнуться с тем, что некоторые организации, в целях экономии, пропускают некоторые этапы внедрения системы. Тестирование программы просто необходимо для проверки правильности работы всех процессов. Сбои на данном этапе должны быть устранены и, только после этого, можно переходить к следующему пункту. Время на устранение ошибок должно быть включено в, составленный ранее проект.

Некоторые организации упускают этап поддержки. Он подразумевает, что в течение определенного времени, в организации будет действовать специалист по внедрению, который сможет ответить на все оставшиеся вопросы, которые возникли после какого-то времени работы в CRM-системе.

Стоит помнить, что совершенствование информационной системы и автоматизация многих рутинных действий сотрудников представляет собой, в первую очередь, инвестицию в будущее организации.

Библиографический список

1. Зараменских, Е. П. Основы бизнес-информатики : учебник и практикум для вузов / Е. П. Зараменских. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 407 с.
2. Поляков, Н. А. Управление инновационными проектами : учебник и практикум для вузов / Н. А. Поляков, О. В. Мотовилов, Н. В. Лукашов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 330 с.
3. Чекмарев, А. В. Управление ИТ-проектами и процессами : учебник для вузов / А. В. Чекмарев. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 228 с.
4. Информационные системы предприятия: уч. пособие / А. О. Варфоломеева, А. В. Коряковский, В. П. Романов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 330 с.

5. Интернет-маркетинг: учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 301 с.

УДК 519.852.33

**ЗАДАЧА О НАЗНАЧЕНИЯХ И ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИ
РЕШЕНИИ ПРОБЛЕМ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА**

Потапова К.А., Петрова Г.В., бакалавр 1-го курса

Научный руководитель: д.п.н., профессор Дробышева И.В.

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В работе представлен алгоритм решения задачи о назначениях венгерским методом, приведены примеры его применения, раскрыты возможности использования задачи о назначениях при решении проблем теории и практики организации труда.

Ключевые слова: линейное программирование, транспортная задача, задача о назначениях

**THE TASK OF APPOINTMENTS AND ITS USE IN SOLVING
PROBLEMS OF LABOR ORGANIZATION**

Potapova K.A., Petrova G.V., bachelor's degree of the 1st year

Supervisor: Doctor of Pedagogical Sciences, Professor Drobysheva I.V.

Kaluga Branch of the Financial University, Kaluga

Annotation. The paper presents an algorithm for solving the assignment problem using the Hungarian method, provides examples of its application, and reveals the possibilities of using the assignment problem in solving problems of theory and practice of labor organization.

Keywords: linear programming, transport problem, assignment problem

Одним из этапов решения практически всех экономических задач является составление и исследование математической модели. С помощью исследования математических объектов (величин, зависимостей, уравнений и их систем) проводится анализ ситуации, построение прогноза, поиск оптимальных решений. Для этого используется аппарат дифференцирования, интегрирования, линейной и векторной алгебры, линейного программирования, теории игр, графов, комбинаторики, теории вероятностей, математической статистики и др. В условиях конкурентной экономики, где любые затраты должны оставаться минимальными, покрываемыми наименьшей частью дохода, методы математического моделирования и, в частности решения оптимизационных задач, имеют приоритетное значение. Их использование позволяет сделать предприятие более конкурентоспособным.

Задачи линейного программирования, в которых требуется определить экстремум линейной функции нескольких переменных, удовлетворяющих линейным ограничениям, и соответствующие значения этих пере-

менных, относятся к группе оптимизационных задач. Их частным случаем являются транспортные задачи, сущность которых заключается в нахождении оптимального плана перевозки однородного продукта из пунктов нахождения в пункты потребления. Обычно начальные условия таких задач записывают в таблицу. Например, в работе [2] для m поставщиков и n потребителей такая таблица имеет следующий вид:

Таблица 1 Исходные данные транспортной задачи

$a_i \backslash b_j$	b_1	b_2	...	b_n
a_1	C_{11}	C_{12}	...	C_{1n}
a_2	C_{21}	C_{22}	...	C_{2n}
...	...	...	...	...
a_n	C_{m1}	C_{m2}	...	C_{mn}

C_{ij} – стоимость перевозки единицы груза от каждого i -го поставщика ($i=1, 2, \dots, m$) каждому j -му потребителю ($j=1, 2, \dots, n$); a_i – мощность (запасы) i -го поставщика в планируемый период; b_j – спрос j -го потребителя на этот же период.

Частным случаем транспортной задачи являются задачи о назначениях, сущность которых состоит в том, «что каждый ресурс назначается ровно один раз и каждому объекту назначения приписывается только один ресурс» [4, с.186]. Другими словами, в задаче о назначениях величина a_i для каждого ресурса i равна 1. Потребность b_j каждого объекта назначения j равна 1. C_{ij} – цена ресурса i в случае его приписывания объекту j . Значение целевой функции, соответствующее оптимальному плану, называют эффективностью назначений [1].

Таблица 2 Исходные данные задачи о назначениях

$a_i \backslash b_j$	1	1	...	1
1	C_{11}	C_{12}	...	C_{1n}
1	C_{21}	C_{22}	...	C_{2n}
...	...	...	...	...
1	C_{m1}	C_{m2}	...	C_{mn}

Значимость задачи о назначениях определяется их востребованностью для решения проблем организации труда. Под организацией труда понимают систему мероприятий, обеспечивающих «рациональное использование рабочей силы, которая включает соответствующую расстановку людей в процессе производства, разделение и кооперацию труда, приемы и методы, нормирование и стимулирование труда, организацию рабочих мест и их обслуживание, создание необходимых условий труда» [3, с.12].

Соотнесение сущности теории организации труда и задачи о назначении позволяет сделать вывод о необходимости использования последней для выбора оптимальной расстановки претендентов на должности, распределения оборудования с целью повышения эффективности его использования, оптимального планирования доставки груза и др.

Исходя из того, что каждый ресурс в задаче о назначении может быть приписан одному объекту назначения и запасы каждого ресурса равны 1, для решения данной задачи могут быть использованы методы целочисленного программирования. Это Кроме них одним из основных, отражающих специфику задачи, является венгерский метод. Его алгоритм включает следующую последовательность действий:

1. В каждой строке матрицы найти минимальный элемент и вычесть его из элементов соответствующей строки;
2. В каждом столбце матрицы найти минимальный элемент и вычесть его из элементов соответствующего столбца;
3. В полученной матрице выбрать строку с меньшим числом нулей, один из нулей выделить (символом или цветом), другие нули строки и столбца, содержащего выделенный нуль, зачеркнуть;
4. Аналогичные действия выполнить со всеми строками и столбцами матрицы;
5. Если число выделенных нулей равно размерности матрицы, процесс решения завершен, переход к п. 8. В противном случае выполнить пункт 6;
6. В таблице отрезками прямых вычеркивают минимальное число строк и столбцов, содержащих выделенные и вычеркнутые нули;
7. Составить новую матрицу. Для этого из элементов, которые не вычеркнуты, найти минимальный. Вычесть его из всех элементов матрицы, через которые не проведены отрезки прямых, и прибавить к тем, которые расположены в точках пересечения отрезков прямых. Вернуться к п.3;
8. Если выделенный нуль расположен на пересечении i строки и j столбца, то i – это номер ресурса, приписываемого к объекту j . Сумма исходных значений элементов c_{ij} – стоимость транспортировки.

В представленных ниже примерах, раскрывающих различные направления организации труда, рассмотрены возможности использования задачи о назначениях и ее решения, как венгерским, так и симплекс-методом с использованием опций MSExcel и учетом условия целочисленности.

Пример 1. Пусть сеть доставок имеет 5 доставщиков и требуется отвезти 5 заказов. Известна себестоимость работы одного доставщика до определенного пункта. Требуется так распределить работников по пунктам, чтобы обеспечить каждый пункт доставкой с минимальными суммарными затратами (табл. 3).

Таблица 3. Себестоимость работы каждого доставщика до пунктов

Доставщики	Пункты доставки				
	1 пункт	2 пункт	3 пункт	4 пункт	5 пункт
1	30	70	50	80	60
2	20	40	40	50	70
3	40	70	20	80	90
4	90	70	30	80	100
5	60	40	30	60	70

Составим математическую модель.

Пусть x_{ij} – элемент матрицы распределения, который может принимать одно из двух значений: 0 или 1.

$$Z = 30x_{11} + 70x_{12} + 50x_{13} + 80x_{14} + 60x_{15} + \dots + 60x_{51} + 40x_{52} + 30x_{53} + 60x_{54} + 70x_{55} \rightarrow \min$$

$$\begin{cases} x_{11} + x_{12} + x_{13} + x_{14} + x_{15} = 1 \\ x_{21} + x_{22} + x_{23} + x_{24} + x_{25} = 1 \\ x_{31} + x_{32} + x_{33} + x_{34} + x_{35} = 1 \\ x_{41} + x_{42} + x_{43} + x_{44} + x_{45} = 1 \\ x_{51} + x_{52} + x_{53} + x_{54} + x_{55} = 1 \\ x_{11} + x_{21} + x_{31} + x_{41} + x_{51} = 1 \\ x_{12} + x_{22} + x_{32} + x_{42} + x_{52} = 1 \\ x_{13} + x_{23} + x_{33} + x_{43} + x_{53} = 1 \\ x_{14} + x_{24} + x_{34} + x_{44} + x_{54} = 1 \\ x_{15} + x_{25} + x_{35} + x_{45} + x_{55} = 1 \\ x_{ij} \in \{0, 1\}, x_{ij} \geq 0 \end{cases}$$

1 способ решения.

Используем надстройку «Поиск решения» в Excel. На рис. 1 в таблице «Распределение работников по пунктам» представлен результат распределения, а в ячейке C20 – величина минимальных затрат на доставку.

C20		=СУММПРОИЗВ(B4:F8;B12:F16)						
	A	B	C	D	E	F	G	H
1		Матрица стоимости						
2		Пункты доставки						
3		1 пункт	2 пункт	3 пункт	4 пункт	5 пункт		
4	1 доставщик	30	70	50	80	60		
5	2 доставщик	20	40	40	50	70		
6	3 доставщик	40	70	20	80	90		
7	4 доставщик	90	70	30	80	100		
8	5 доставщик	60	40	30	60	70		
9		Распределение работников по пунктам						
10		1	2	3	4	5		
11		0	0	0	0	1		
12	1	0	0	0	0	1	1	1
13	2	1	0	0	0	0	1	1
14	3	0	0	1	0	0	1	1
15	4	0	0	0	1	0	1	1
16	5	0	1	0	0	0	1	1
17		1	1	1	1	1		
18		1	1	1	1	1		
19								
20	Целевая функция	220						
21								
22								

Рисунок 1. Распределение работников по пунктам

2 способ решения.

Используем венгерский метод. Реализация всех шагов описанного выше алгоритма данного метода представлена последовательностью матриц (рис.2).

30	70	50	80	60	0	40	20	50	30	∅	30	20	20	[0]
20	40	40	50	70	0	20	20	30	50	∅	10	20	[0]	20
40	70	20	80	90	20	50	0	60	70	20	40	[0]	30	40
90	70	30	80	100	60	40	0	50	70	60	30	∅	20	40
60	40	30	60	70	30	10	0	30	40	30	0	∅	∅	10

0	30	20	20	0	0	30	20	20	0	20	30	40	20	0
0	10	20	0	20	0	10	20	0	20	20	10	40	0	20
20	40	0	30	40	20	20	0	10	20	20	20	0	10	20
60	30	0	20	40	60	10	0	0	20	60	10	0	0	20
30	0	0	0	10	30	0	0	0	10	50	0	20	0	10

0	30	40	20	0	∅	30	40	20	[0]					
0	10	40	0	20	[0]	10	40	∅	20					
0	20	0	10	20	∅	20	[0]	10	20					
40	10	0	0	20	40	10	∅	[0]	20					
30	0	20	0	10	30	[0]	20	∅	10					

Рисунок 2. Решение задачи венгерским методом

$$Z_{\min} = 60 + 20 + 20 + 80 + 40 = 220$$

Пример 2. Пусть в некоторой фирме имеется 3 вакантных должности. На эти места хотят попасть 4 претендента. Они прошли тестирование, результаты которого представлены в таблице 4. Требуется так распределить претендентов по вакантным должностям, чтобы обеспечить фирму работниками с максимальной работоспособностью.

Таблица 4. Результаты тестирования

Работники	Вакантные места		
	1	2	3
1	40	70	60
2	50	30	40
3	60	20	30
4	10	40	30

Составим математическую модель задачи.

Переменные x_{ij} принимают значения 1, если i -й кандидат занимает j -ю вакансию. Если данное условие не выполняется, то $x_{ij}=0$.

$$\begin{cases} x_{11} + x_{12} + x_{13} = 1 \\ x_{21} + x_{22} + x_{23} = 1 \\ x_{31} + x_{32} + x_{33} = 1 \\ x_{41} + x_{42} + x_{43} = 1 \\ x_{11} + x_{21} + x_{31} + x_{41} = 1 \\ x_{12} + x_{22} + x_{32} + x_{42} = 1 \\ x_{13} + x_{23} + x_{33} + x_{43} = 1 \\ x \geq 0 \end{cases}$$

Целевая функция: $Z = 40x_{11} + 70x_{12} + 60x_{13} + 50x_{21} + 30x_{22} + 40x_{23} + 60x_{31} + 20x_{32} + 30x_{33} + 10x_{41} + 40x_{42} + 30x_{43} \rightarrow \min$

I способ решения.

Используем надстройку «Поиск решения» в Excel. На рис. 3 в ячейках диапазона B24: D28 представлены результаты тестирования, в ячейках диапазона B30:E33 – распределение претендентов по вакантным должностям, в ячейке C35 – сумма баллов тестирования претендентов, принятых на работу.

C35							=СУММПРОИЗВ(B25:E28;B30:E33)
	A	B	C	D	E	F	
22							
23		Вакантные места					
24	Работники	1	2	3			
25	1	40	70	60	0		
26	2	50	30	40	0		
27	3	60	20	30	0		
28	4	10	40	30	0		
29							
30		0	1	0	0		
31		0	0	1	0		
32		1	0	0	0		
33		0	0	0	1		
34							
35	Целевая функция	170					
36							

Рисунок 3. Распределение работников по вакантным местам

2 способ решения.

Используя алгоритм венгерского метода, составим реализующую его последовательность матриц (рис.4).

Для устранения дисбаланса между числом претендентов и должностей добавляем дополнительный столбец. Модифицируем матрицу умножением всех элементов на (-1) и затем сложением их с максимальным элементом матрицы (70) так, чтобы матрица не содержала бы отрицательных элементов. Далее выполняем всё по алгоритму. Получаем:

30	0	10		30	0	10	0	20	0	0	0	20	ø	ø	[0]
20	40	30		20	40	30	0	10	40	20	0	10	40	20	ø
10	50	40		10	50	40	0	0	50	30	0	0	50	30	ø
60	30	40		60	30	40	0	50	30	30	0	50	30	30	ø
20	0	0	0	20	0	0	0	20	0	0	10	20	ø	[0]	10
10	40	20	0	0	30	10	0	0	30	10	0	ø	30	10	[0]
0	50	30	0	0	50	30	0	0	50	30	10	[0]	50	30	10
50	30	30	0	40	20	20	0	40	20	20	0	40	20	20	ø
20	0	0	10	20	0	0	10	30	0	0	20	30	[0]	ø	20
0	30	10	0	0	20	0	0	0	20	0	0	ø	20	[0]	ø
0	50	30	10	0	40	20	10	0	40	20	10	[0]	40	20	10
40	20	30	0	40	10	10	0	40	10	10	0	40	10	10	[0]

Рисунок 4. Решение задачи о распределении претендентов по должностям венгерским методом

$$Z_{\max} = 40 + 70 + 60 = 170.$$

Рассмотренные примеры показывают возможность использования модели задачи о назначениях в целях нахождения оптимального решения проблем теории и практики организации труда.

Библиографический список

1. Богданова Е.Л. Оптимизация в проектном менеджменте: программирование: учебное пособие / Е.Л. Богданова, К.А. Соловейчик, К.Г. Аркина. – СПб.: Университет ИТМО, 2017 – 165 с.
2. Болотникова, О.В. Линейное программирование: транспортные и сетевые модели: учеб. пособие / О.В. Болотникова, Д.В. Тарасов, Р.В. Тарасов. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2016. – 88 с.
3. Карамнова, Н. В. Научная организация труда: учебное пособие / Н. В. Карамнова. — Воронеж: Мичуринский ГАУ, 2020. — 243 с.
4. Трухан, А. А. Векторная алгебра, аналитическая геометрия и методы математического программирования: учебник для вузов / А. А. Трухан, В. Г. Ковтуненко. — Санкт-Петербург: Лань, 2021. — 400 с.

УДК 658.152

CRM СИСТЕМА КАК НЕОБХОДИМЫЙ КОМПОНЕНТ УСПЕШНОГО БИЗНЕСА

Савина А.И. бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Винокуров И.В., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В современном мире конкуренция на рынке предприятий в сфере обслуживания постоянно растет. Каждое предприятие стремится дать клиентам всё больше разнообразных услуг в условиях неопределенности рынка. Для удовлетворения большого количества клиентов необходимо иметь базу, которая будет упрощать работу взаимосвязи с ними. Такая система помогла бы управлять клиентами, лучше узнавать их желания и потребности, а также хранить и обрабатывать боль-

шое количество информации. Такой системой может быть CRM – система, то есть программа для улучшения качества сервиса и улучшения взаимоотношения (relationship with customers) с клиентами.

Ключевые слова: бизнес, управление, CRM система

CRM SYSTEM AS A NECESSARY COMPONENT OF A SUCCESSFUL BUSINESS

Savina A.I. Bachelor of the 4th year

Supervisor: I.V. Vinokurov, Candidate of Technical Sciences,

Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. In the modern world, competition in the market of enterprises in the service sector is constantly growing. Each company strives to provide customers with more and more diverse services in the face of market uncertainty. To satisfy a large number of customers, it is necessary to have a database that will simplify the work of the relationship with them. Such a system would help to manage clients, better recognize their desires and needs, as well as store and process a large amount of information. Such a system can be a CRM system, that is, a program to improve the quality of service and improve the relationship (relationship with customers) with customers.

Keywords: business, management, CRM system

Одним из современных инструментов эффективного управления розничным бизнесом является внедрение инновационных решений, в частности систем взаимоотношения с клиентами (далее - CRM, CRM-система, от англ. Customer Relationship Management). Операционные системы взаимоотношения с клиентами подразумевают хранение и обработку данных о клиентах розничной сети, получаемых из разных источников (сайт, программы лояльности, розничные пункты продаж, опросы клиентов и т.д.).

В последнее время в связи с накоплением больших массивов данных о клиентах становится актуальным вопрос их автоматической обработки с целью развития систем прогнозирования спроса и персонализированного взаимодействия с потребителем. Так, например, при наличии истории покупки клиента за последний месяц, а также информации о его возрасте, поле и месте проживания можно с определенной вероятностью сделать прогноз относительно вероятности покупки им того или иного товара в ближайшем будущем. Это позволяет формировать персональные скидочные или акционные предложения для клиента на будущую покупку, что с большей точностью определит его решение о покупке, чем проведение универсальных акций для всех потребителей на какой-либо товар. Внедрение аналитических CRM-систем (далее – aCRM систем) позволяет не только прогнозировать спрос или автоматизировать взаимодействие с потребителем (СМС-рассылки, уведомления по электронной почте и т.д.) на основе методов работы с большими данными, но и существенно повышает эффективность

бизнеса, что особенно актуально в условиях кризиса и невозможности экстенсивного роста выручки.

Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM-система) – это прикладное ПО, предназначенное для учета, обработки, хранения данных о клиентах и автоматизации взаимодействия с ними. Использование CRM – систем позволяет сохранять в одном месте всю информацию о клиенте, истории коммуникаций с ним посредством различных каналов, данные о продажах и т.д. Накопление подобного рода информации служит основой для анализа и улучшения многих бизнес-процессов в компании, что помогает сокращать издержки в работе как отделов продаж, так и всего бизнеса в целом. Внедрение CRM – систем способствует повышению качества клиентского обслуживания, уровня продаж, оптимизирует работу маркетинговых, коммерческих, аналитических служб организации.

В зависимости от глубины обработки информации существует 3 уровня современных CRM-систем:

Операционный CRM – это прикладное ПО, функционал которого подразумевает хранение, регистрацию, учет и оперативный доступ к первичной информации о клиентах, контактах с клиентами, каналах коммуникация и продаж и т.д.

Операционный CRM позволяет проследить путь клиента в так называемой воронке продаж: от первого знакомства с товаром или коммерческим предложением до принятия решения о покупке. Современные операционные CRM-системы даже позволяют автоматизировать некоторые СМС или E-mail рассылки, но не позволяют делать их персонализированными или осуществлять эффективный выбор целевой аудитории таких сообщений (таргетирование).

Аналитический CRM — это следующий уровень развития CRM-системы, который позволяет в автоматическом режиме применять математические, статистические и эконометрические методы обработки данных из операционного CRM для целей анализа и прогнозирования.

Аналитический CRM позволяет формировать отчетность и проводить аналитику маркетинговой информации в различных разрезах и плоскостях (диагностика уровней общения с клиентом в целях оценки эффективности тех или иных каналов продаж или коммуникации с клиентом, оценка воронки продаж, анализ результатов маркетинговых кампаний и расчет их экономической эффективности, анализ эффективности продаж в разрезе регионов, брендов, продуктов, целевых групп покупателей и т.д.) [3].

Аналитические CRM-системы позволяют автоматизировать как формирование целевых групп клиентов на основе информации из базы данных, так и взаимодействие с ними (СМС, E-mail, push-уведомления, предложения на кассе и т.д.). Более того, CRM – системы данного класса на основе обработки данных о клиенте с использованием статистических и математических алгоритмов позволяют строить прогноз вероятности по-

купки им того или иного товара. Это позволяет формировать клиентам персонализированные предложения и повышать конверсию продаж.

Коллаборативный CRM – это развивающийся класс CRM-систем, построенный на организации близкого взаимодействия с конечными пользователями. На данный момент коллаборативные CRM находятся на этапе своего становления и развития. Если операционная CRM-система решает задачу повышения лояльности клиента в процессе непосредственного контакта с ним, то аналитическая, напротив, анализирует накопленную о нем информацию и помогает разработать стратегию дальнейшего взаимодействия. Реализация клиентоориентированной стратегии требует глубокого понимания потребностей клиентов и максимального соответствия предложений их ожиданиям.

Операционная CRM-система не обладает достаточными функциональными возможностями для решения таких задач. Органично дополнив его аналитической системой, компания повысит мощь своей CRM, отдачу от ее использования, и, как следствие, увеличит количество клиентов.

Аналитический CRM позволяет помимо организации оперативной работы с клиентами компании проводить важную аналитическую работу при взаимодействии всех данных, полученных из всех доступных информационных источников. Ключевые задачи аналитического CRM следующие: – сегментировать группы клиентов; – анализировать обращения клиентов и их основных атрибутов; – упорядочивать множество информационных массивов; – идентифицировать в них скрытые закономерности; – разрабатывать эффективные стратегические решения в области маркетинга, сервиса, продаж [2].

Потребитель аналитической системы – директорат компании, отвечающий за стратегический менеджмент и намечающий векторы рентабельного развития предприятия.

Инструменты аналитического CRM можно поделить на несколько блоков:

- системы, синхронизирующие, интегрирующие и визуализирующие собранные данные;
- механизмы периодической очистки поступающих сведений с целью их актуализации;
- платформы статистического исследования информации с определенным набором алгоритмов решения типовых задач, на основе которых создаются правила и модели эффективных взаимосвязей с клиентами.

Инструменты аналитического CRM отображены в базовой архитектуре подобного рода ПО, общая схема которой изображена на рисунке 1.

Комплекс аналитических задач включается в процесс под названием глубинного анализа данных (англ. Data Mining). Он представляет собой поиск статистических закономерностей в массивах клиентской базы [1].

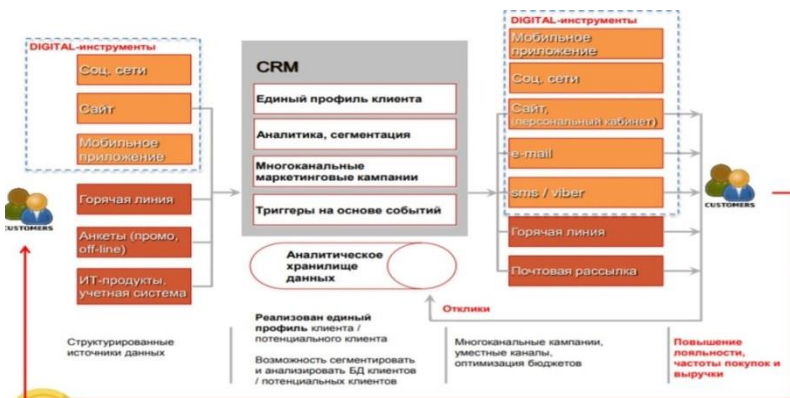


Рисунок 1. Базовая архитектура аналитического CRM

Этот функционал помогает выстраивать основных 5 аналитических моделей, применяемых в CRM-целях:

- регрессия;
- соотнесение получаемых на выходе показателей и исходных сведений;
- классификация – распределение клиентов по категориям;
- кластеризация – рассредоточение клиентов по группам на основе общих параметров;
- ассоциация – выявление вероятности череды явлений;
- последовательность – обнаружение взаимосвязи между следующими друг за другом событиями.

При решении бизнес-задач в розничной торговле используется обычно совокупность данных механизмов. Каждая сеть находится в поиске наиболее рентабельных покупателей. С этой целью в аналитической CRM проводится дифференциация клиентов из базы данных операционного CRM по нескольким направлениям:

- установление психо- и демографических особенностей;
- выявление объема / давности / частоты покупок;
- анализ пожизненной ценности потребителя;
- оценка индивидуальных клиентских запросов.

Аналитические CRM-системы для целей дифференциации клиентов используют данные из всех возможных источников информации о нем, что отображено на рисунке 2 [3].

Дифференцирование осуществляется на основе учета транзакций, посещений веб-сайта компании, звонков в сервисную службу и прочих действий клиентов. Каждая группа покупателей действует по отдельно разра-

батываемому сценарию, позволяющему рационально распорядиться затратами на маркетинговую кампанию.



Рисунок 2. Модель многоканального взаимодействия с клиентом

Персонализированная работа с покупателем многократно увеличивает шансы на успех предприятия. Стратегия аналитического CRM – это максимально точный выбор целевой аудитории, что оптимизирует расходы компании и повышает ее доходы.

Библиографический список

1. Васильев, В.В. Методология внедрения корпоративных систем управления проектами. - 2017 г.- 620 с.
2. Дубовенко, С.В., Волкова, Е.А., Интеграция системы управления проектами и PDM – системы. – 2018. – 527 с.
3. Йордон, Э. Управление сложными Интернет-проектами / Э. Йордон. - М.: Лори. - 2018. - 344 с.
4. Официальный сайт компании Navicon. URL: <https://navicongroup.ru>. (Дата обращения: 21.04.2022)

УДК 004.042

CRM-СИСТЕМА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА

Савина С.С. бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Пономарев С.В., к. ф.-м. н., доцент
Калужский филиал Финиуниверситета, Калуга*

Аннотация. Цель статьи заключается в рассмотрении сущности CRM-системы как инструмента повышающего эффективность современной компании. В статье рассмотрено понятие CRM-системы, а также принципы ее построения. Выделены отличительные особенности CRM-системы, повышающие эффективность деятельности компании на разных организационных уровнях. В результате анализа автор приходит к выводу, что повышение эффективности бизнеса в современных условиях возможно при концентрации на клиентоориентированном подходе в совокупности с регулярным использованием единого комплекса взаимосвязанных CRM-инструментов.

Ключевые слова: CRM-система, CRM-инструменты, клиентоориентированный подход, повышение эффективности, клиенты, компания.

CRM SYSTEM AS A TOOL FOR IMPROVING BUSINESS EFFICIENCY

Savina S.S. bachelor's degree of the 4th year

Supervisor: S.V. Ponomarev, Candidate of Physics and Mathematics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The purpose of the article is to examine the essence of a CRM system as a tool that improves the efficiency of a modern company. The article discusses the concept of a CRM system, as well as the principles of its construction. The distinctive features of the CRM system that increase the efficiency of the company's activities at different organizational levels are highlighted. As a result of the analysis, the author concludes that improving business efficiency in modern conditions is possible with a concentration on a customer-oriented approach combined with the regular use of a single set of interrelated CRM tools.

Keywords: CRM system, CRM tools, customer-oriented approach, improving efficiency, clients, company.

Современный рынок предлагает нам безгранично широкий выбор товаров и услуг. Однако нельзя сказать, что они все существенно отличаются друг от друга в своей категории. И тогда, возникает конкурентная борьба за привлечение новых клиентов и удержание старых к своему продукту или услуге. В условиях современной экономики все чаще компании стали работать в направлении повышения эффективности работы с клиентами. Любому руководителю необходимо принимать решения исходя из спроса своих покупателей, а для того, чтобы делать это более эффективно, ему необходимо знать предпочтения своих клиентов.

С появлением большого количества многообразной информации ее все тяжелее становится структурировать, обрабатывать и хранить. Управление бизнес средой не является исключением, многие компании в наши дни нуждаются в надежной базе данных и отлаженной работе с системой. Информационные технологии глубоко проникли в нашу жизнь и каждой организации просто необходимо подстраиваться под сегодняшние реалии пользования ими для обеспечения полной эффективности деятельности компании.

Одним из инструментов в решении данного вопроса является внедрение CRM - систем. CRM (Customer Relationship Management) представляет систему управления взаимоотношениями с клиентами, которая позволяет автоматизировать бизнес-процессы с помощью инструментов, улучшающих результативность компании [2]. Сбор, хранение и анализ информации о потребителях, поставщиках, партнёрах это все входит в процесс обработки данных, который осуществляет поддержку бизнес-задач компании.

Таким образом, частой причиной для внедрения таких информационных продуктов является неэффективность процессов по взаимодействию с клиентами, основанная соответственно на результатах важных показателей:

- уровень удовлетворённости обслуживания клиентов низкий;
- уровень лояльности клиентов невысокий;
- уровень продаж постепенно снижается.

Обобщая сказанное, получаем, что подход к бизнесу, основанный на CRM предполагает достижение интересов компании путем концентрации внимания на своих клиентах с помощью различных управленческих и информационных инструментов, которые помогают в поддержке и анализе взаимоотношений клиентов с компанией при правильной ее трансформации [3].

Для детального понимания как работает и за счет чего возможно повышение эффективности деятельности предприятия, внедряя в качестве бизнес - инструмента CRM-систему, рассмотрим ожидаемый результат ее применения на технологическом уровне, операционном уровне, управленческом уровне и идеологически-стратегическом уровне.

На идеологически-стратегическом уровне CRM-система представляет собой подход, который подразумевает выполнение определенных мероприятий направленных на удовлетворение потребностей клиента с помощью детального планирования и прогноза с учетом клиентского фактора для достижения максимальной прибыли в условиях конкуренции. Возможно, данный подход не сможет гарантировать достижение планируемых результатов, но поможет к ним приблизиться.

На управленческом уровне CRM-система позволяет управлять финансами, а также увеличивать количество производимой продукции, ориентированной на целевого клиента, за минимальное время. Более того, автоматизация большинства бизнес-процессов и действий сотрудников способствует высвобождению рабочего времени у персонала для решения более важных задач, например на детальную проработку сделки с конкретным клиентом. А также, система дает преимущества руководству компании, так как функции контроля рабочего процесса и формирования отчетов, отражающих показатели работоспособности каждого сотрудника, будут автоматизированы, позволяя понять эффективность каждого.

На уровне технологий CRM-система представляет собой единый комплекс со встроенными и логично взаимосвязанными инструментами, внедряемыми в информационную среду компаний, единая база, которого обеспечивает решение определенных задач.

Единый комплекс CRM - инструментов в себя включает:

— CRM - инструмент в качестве модели воронки продаж, которая помогает определить: где и когда происходит уход клиентов, какие категории покупателей следует ставить в приоритет, процент вероятности приобретения товаров/услуг.

— CRM-инструмент – e-mail-маркетинг помогает в привлечении и удержании клиентов (массовая рассылка)

— CRM-инструмент в качестве командного календаря, который помогает в распределении равномерной нагрузки. Он позволит работникам компании выполнять задачи синхронизировано и равноценно.

— CRM-инструмент в качестве аналитических многообразных отчетов, помогает обратить внимание на проблемные места организации.

Именно на этом уровне обеспечивается максимальная эффективность от реализации функций CRM-системы, отвечающих за взаимодействие с клиентами за счет использования обширного инструментария. Иными словами, поиск наиболее подходящего предложения клиенту, ориентируясь на время обращения и далее его сопровождение, и исполнение заказа. Таким образом, мы получаем наиболее объективную оценку качества работы и нужный нам результат. По максимуму отдача от использования этих инструментов отражается на показателях отдела продаж, сервисного обслуживания, результатах маркетинговых мероприятий и лояльности клиентов.

На операционном уровне CRM-система представляет систему управления подразделениями компании. Система позволяет производить организацию, координацию и исполнение этапов заказа клиента и обеспечивает регулирование действий, как каждым сотрудником, так и командой для достижения необходимого для компании и клиента результата. Большинство компаний до того как стали использовать CRM-системы работали на индивидуальный результат и работа осуществлялась без обратной связи с коллегами, как следствие продуктивность компании значительно снижалась. Для того чтобы устранить неорганизованность рабочего процесса возможно применение CRM-системы для выстраивания цепочки функциональных связей и взаимозаменяемости сотрудников, что в свою очередь обеспечит продуктивность целой команды.

Таким образом, подчеркнем, что управление CRM осуществляется, интегрировано: чтобы взаимоотношения с клиентами были максимально продуктивными необходимо соблюдение компанией классического набора принципов, на которых основывается любая CRM-система.

Принципы построения CRM-системы:

1. Наличие собственной IT-инфраструктуры, которая позволяет в удобном виде получать, передавать, обрабатывать, корректировать и анализировать информацию для получения максимально полезного результата. Таким образом, благодаря автоматизации, работа с базой данных по клиентам выйдет на новый уровень.

2. Ориентированность на эффективность во всех своих подразделениях и бизнес-процессах, особенно в областях, где происходит непосредственное взаимодействие с клиентом. Сервисная составляющая является необходимой, так как продвинутые CRM-системы в обязательном порядке включают в себя послепродажные мероприятия, которые являются стандартом, и от качества которых зависит общая оценка результативности проделанной работы.

3. Непрерывность использования совокупности CRM-инструментов вместе для достижения успешного результата во всех зонах бизнеса.

4. Использование всех каналов взаимодействия с клиентами. Разные бизнесы используют привычные средства общения: электронная почта, веб-сайты, встречи и телефонные звонки, но и расширяют новые возможности контакта с аудиторией: современные рекламные инструменты, чаты, боты, сообщества и группы в социальных сетях.

5. Использование аналитического подхода для объяснения управленческих решений. Данный подход означает, что у компании имеется большая база информации о клиенте и его предпочтениях. Это знание дает компании возможность для формирования предложений для разного сегмента клиентов, которое подкрепляется реальными данными, и помогает принять наиболее верное управленческое решение. Таким образом, все решения будут основываться на фактических данных аналитики с рациональным обоснованием [1].

В общем можно сказать, что результатом тех принципов, на которых построена CRM-система, является факт того, что компания становится более конкурентоспособной и защищенной от резких перемен на рынке, поскольку ее устойчивость поддерживает наличие выстроенных отношений с клиентами.

Подводя итог вышесказанному, акцентируем внимание на роли CRM-системы как инструмента повышения эффективности бизнеса, включающего следующие аспекты:

1. Аналитика маркетинговых мероприятий.

Для того чтобы понять насколько эффективно сработала реклама, применяемая к тем или иным сегментам или конкретным товарам необходимо сопоставить расходы на продвижение товара с возможным увеличением прибыли. Всю данную аналитику, возможно, осуществить с помощью CRM-продуктов. А также полученные результаты аналитики помогают выявить места для оказания необходимого воздействия на клиентов,

что в свою очередь, поможет повысить эффективность использования бюджета на рекламу.

2. Эффективность работы сотрудников.

CRM-система способствует повышению эффективности работы сотрудников коммерческих подразделений, а именно: предоставляет всю информацию о клиентах, позволяет планировать рабочее время и осуществлять контроль сделок и проектов.

Кроме того, CRM-система позволяет осуществлять оценку эффективности работы менеджеров. Она фиксирует этапы работы с клиентом, начиная от первого звонка, затем этот процесс, возможно, анализировать, оценивать и вносить корректировки, что дает возможность руководству с лёгкостью выявлять эффективных сотрудников, поощряя их и воздействовать на работников, вовлеченных не полностью в рабочий процесс.

3. Оптимизация ассортимента и цен.

Одним из важных инструментов CRM-системы является управление ассортиментом и ценами для достижения максимальной лояльности клиентов. CRM – система разрешает по любым параметрам проводить анализ продаж, закупок и в целом состояния склада. При этом она учитывает действия конкурентов и прочих факторов, что обеспечивают прямую зависимость между текущими запасами на складе и спросом клиентов, тем самым это помогает в избегании нерациональных закупок и увеличении лояльности клиентов.

В заключение отметим, в настоящее время заметна постоянная изменчивость рынков и соответственно увеличение альтернативных возможностей. Роль клиента возрастает, и любой бизнес должен ставить его в центр рыночных отношений. Клиент является неким центральным звеном, от него зависит, насколько бизнес будет успешным, поэтому любой компании нужно понимать, что работа с ним является главной на всех этапах взаимодействия. Таким образом, потребности клиента являются главной мотивацией продавца для реализации наиболее эффективной работы CRM-системы.

Библиографический список

1. Кинзябулатов, Р. CRM. Подробно и по делу: Редакция 1 / Р. Кинзябулатов — [б. м.]: Издательские решения, 2018. - с. 22-24.
2. Кудинов, А. В. Управление продажами и взаимоотношением с клиентами: учебное пособие / А.В. Кудинов, А.А. Мироненко – М: IC-Пабблишинг, 2019. - с. 16.
3. Фейдер, П. Клиентоцентричность. Отношения с потребителями в цифровую эпоху: профессиональная литература / Питер Фейдер, Сара Томс - М: Альпина Пабблишер, 2020. - с. 19-22.

**ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ ИТ-ИНФРАСТРУКТУРЫ
АГЕНТСТВА НЕДВИЖИМОСТИ**

Савостьянов Д.В. бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Кузнецова В. И., к.п.н., доцент
Калужский филиал Финиуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе проанализированы модели построения ИТ-инфраструктуры компании малого бизнеса. Рассмотрены проблемы при построении ИТ-инфраструктуры агентства недвижимости, описаны возможные решения выделенных проблем.

Ключевые слова: ИТ-инфраструктура, SaaS решение, CRM-система, публичное облако, аппаратное обеспечение, программное обеспечение.

**FEATURES OF BUILDING AN IT INFRASTRUCTURE
REAL ESTATE AGENCIES**

Savostyanov D. V. bachelor's degree of the 4th year

*Supervisor: V. I. Kuznecova, Candidate of Pedagogical, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The paper analyzes the models of building the IT infrastructure of a small business company. The problems in the construction of the IT infrastructure of a real estate agency are considered, possible solutions to the identified problems are described.

Keywords: IT infrastructure, SaaS solution, CRM system, public cloud, hardware, software.

В современном мире грамотно построенная ИТ-инфраструктура является ядром и конкурентноспособным преимуществом любого бизнеса, и агентства недвижимости не стали исключением. В настоящее время тяжело представить предприятие, в котором отсутствует ИТ-инфраструктура предприятия.

Проблемами построения ИТ-инфраструктуры организации занимаются многие исследователи, такие как: Л. П. Гаврилов, Г.С. Гохберг, В.Н. Логинов, А.Г. Ивасенко, Б.Я. Советов, Е.Л. Федотова, Б.В. Черников.

В рамках данного исследования мы будем придерживаться определения Г.С. Гохберга, который под ИТ-инфраструктурой понимает систему функционирования автоматизированных информационных технологий предприятия, включающую в себя комплекс взаимосвязанных систем передачи и обработки данных, как аппаратных, так и программных информационных систем, систем управления, персональными компьютерами (рабочими станциями), серверами, сетевыми и/или периферийными устройствами, системами хранения и резервирования данных, программным обеспечением, систем связи и телекоммуникаций, систем безопасности и схем организации работы персонала предприятия [2].

Исходя из определения, данного Г.С. Гохбергом, можно выделить следующие компоненты ИТ-инфраструктуры:

- аппаратное обеспечение;
- программное обеспечение;
- сеть.

Рассмотрим каждую из составляющих ИТ-инфраструктуры организации подробнее.

Аппаратное обеспечение — это физическая часть всей платформы. Кроме компьютеров, маршрутизаторов или серверов, сюда входят также те компоненты, которые помогают поддерживать оптимальное функционирование машин и устройств. К подобным компонентам можно причислить компоненты питания, коммутации, охлаждения, а также помещения, которые под них выделены.

В программное обеспечение входят все без исключения приложения, которые применяются для внутренних задач, а также для предоставления услуг клиентам. ПО необходимо для функционирования аппаратной части. CMS, Операционные и CRM-системы, веб-серверы, почтовые клиенты относятся к программному обеспечению.

Сеть обеспечивает внутреннюю и внешнюю взаимосвязь между устройствами. Она содержит в себе аппаратные и программные элементы, которые необходимы для функционирования и защиты сети. К ним причисляют: серверы, брандмауэры, маршрутизаторы, коммутаторы, а также всё то, что может помочь обеспечивать и защищать передачу данных.

В настоящее время существует два принципиально различающихся подхода к построению ИТ-инфраструктуры организации малого бизнеса: традиционный и гибридный. Проанализируем каждый из них.

Под традиционной моделью построения ИТ-инфраструктуры понимают классический вариант построения, при котором сервера физически размещаются в помещении организации или в арендуемых местах ЦОД, также организация сама приобретает устройства и программное обеспечение, организывает размещение аппаратных средств, включает в себя штат ИТ-специалистов для поддержания, администрирования и своевременного обновления всех компонентов ИТ-инфраструктуры организации, и т.д.

Гибридной моделью называют, когда создана единая ИТ-инфраструктура предприятия при помощи облачных технологий, обеспечивающих удалённый доступ к программно-аппаратному комплексу, включающему базы данных, хранилища, серверы и различные приложения при использовании Интернет-соединения.

При традиционном построении ИТ-инфраструктуры поддержание всех компонентов ложится на плечи организации, что может отвлекать от основных бизнес-процессов. Для малых и микропредприятий это практически невозможно совместить.

Агентства недвижимости в большинстве своем являются малыми и микропредприятиями и построение традиционной модели в нынешних реалиях очень затратное и неоправданное решение. Для построения ИТ-инфраструктуры по этой модели нужно обеспечить каждого сотрудника ПК, создать локальную сеть, приобрести сервер, а также нужно постоянно поддерживать функционирование ИТ-инфраструктуры, постоянно ее обновлять, нанять специалиста, который будет следить за ее состоянием, к тому же сотрудники агентств недвижимости не могут постоянно присутствовать в офисе, чтобы использовать имеющуюся там систему.

Поэтому при построении ИТ-инфраструктуры в агентстве недвижимости стоит учесть:

- ограниченность бюджета, вследствие чего отсутствует возможность покупки дорогого оборудования и возможность нанять специалиста, отвечающего за ИТ-инфраструктуру агентства;
- тот факт, что сотрудники агентства не могут постоянно находиться в офисе, им нужно быть на показах объектов недвижимости и на сделках;
- отсутствие общего канала связи для передачи данных о клиенте и объектах недвижимости внутри агентства;
- необходимость включения парсинга объектов недвижимости;
- отсутствие базы клиентов и актуальных объектов недвижимости;
- необходимость автоматизации документооборота и уменьшения данных, хранящихся в бумажном виде, например, карточек клиента.

ИТ-инфраструктура предприятия должна ускорять работу сотрудников, а также повышать ее качество, от этого зависит имидж организации.

Исходя из требований к ИТ-инфраструктуре для агентств недвижимости больше подходит гибридная модель построения, при которой организации можно будет отказаться от оборудования для поддержки ИТ-инфраструктуры, так как все сервера, хранилища данных и программные решения будут находиться в облаке. Гибридная модель построения ИТ-инфраструктуры включает в себя, аутсорсинг, при котором поддержание ИТ-инфраструктуры, клиентских приложений и данных, ОС и среда исполнения, сервера, СХД, сеть, от агентств недвижимости требуются только устройства и интернет для доступа к гибридной модели построения ИТ-инфраструктуры организации. В качестве гибридной модели малый бизнес все чаще использует SaaS решение.

SaaS решение – обеспечение в использование клиенту приложений, развернутых на облачной инфраструктуре через интернет. Приложения являются легкодоступны с разнообразных клиентских устройств. Заказчик никак не контролирует характеристики работы и опции приложений. Сервис предоставляется под ключ.

Для агентств недвижимости в качестве SaaS решения подходит облачная CRM-система. Рынок облачных CRM-систем для агентств доста-

точно широкий, индивидуальный подход к каждому агентству. SaaS решение представленное CRM-системой поможет устранить следующие недостатки при построении ИТ-инфраструктуры:

- дешевизна решения, один сотрудник встроенный в CRM-систему в среднем обходится 500 рублей в месяц;
- скорость внедрения, SaaS решение можно внедрить за 1 день;
- интуитивно понятная работа в CRM-системе;
- обновление системы и оборудования происходит автоматически;
- отсутствует необходимость в ИТ-специалисте внутри агентства;
- создается общая база клиентов и актуальных объектов недвижимости, которая постоянно обновляется;
- доступ к CRM-системе осуществляется с любого устройства при наличии интернета;
- отсутствует необходимость покупать дополнительное оборудование и постоянно его обновлять, чтобы сохранять конкурентоспособность;
- осуществляется интеграция мессенджеров и электронной почты для создания единого канала связи внутри агентства

Исходя из преимуществ, предоставляемых SaaS решением, а также анализа опыта существующих агентств недвижимости, использующих данную модель построения ИТ-инфраструктуры организации, можно сделать вывод о том, что приоритетным решением в построении ИТ-инфраструктуры в агентстве недвижимости будет гибридная модель в виде SaaS решения, представленного CRM-системой.

Библиографический список

- 1.Гаврилов, Л.П. Информационные технологии в коммерции: Учебное пособие / Л.П. Гаврилов. - М.: Инфра-М, 2018. - 47 с.
- 2.Гохберг, Г.С. Информационные технологии: Учебник - М.: Academia, 2018 - 474с.
- 3.Ивасенко, А.Г. Информационные технологии в экономике и управлении: Учебное пособие / А.Г. Ивасенко, А.Ю. Гридасов, В.А. Павленко. - М.: КноРус, 2018. - 288 с.
- 4.Логинов, В.Н. Информационные технологии управления: Учебное пособие / В.Н. Логинов. - М.: КноРус, 2018. - 416 с.
- 5.Федотова, Е.Л. Информационные технологии и системы: Уч.пос / Е.Л. Федотова. - М.: Форум, 2018. - 149 с.

УДК 51-77

АНАЛИЗ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В АКЦИИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ С ПОМОЩЬЮ ИНСТРУМЕНТОВ MS EXCEL

Сергутина К.М. бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Никаноркина Н.В., к.п.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье представлен анализ изменения доходностей акций известных российских компаний за прошедшие годы. Сделан вывод о целесообразности вложений в указанные акции.

Ключевые слова: MS Excel, акции, ценные бумаги, инвестирование, вложения, доходность.

ANALYSIS OF THE FEASIBILITY OF INVESTING IN SHARES OF RUSSIAN COMPANIES USING MS EXCEL TOOLS

Сергеева К.М. 2nd year bachelor's degree

*Supervisor: Nikanorkina N.V., candidate of pedagogical sciences,
associate professor*

Kaluga branch of the Financial University, Kaluga

Abstract. This article presents an analysis of changes in the profitability of shares of well-known Russian companies over the past years. The conclusion is made about the expediency of investments in these shares.

Key words: MS Excel, shares, security papers, investing, investment, profitability.

В наши дни всё большую популярность набирает инвестиционная деятельность, ведь благодаря удачному инвестированию можно получить довольно крупную сумму денег, а также обеспечить себе пассивный доход. Многие банки сейчас активно привлекают своих клиентов к инвестиционной деятельности, предлагают бесплатные уроки и даже выдают ценные бумаги для начала деятельности. И у многих людей складывается впечатление, что инвестирование – это довольно простое занятие, которое с лёгкостью может освоить любой желающий. Но это не так. Процесс инвестирования далеко не прост и содержит в себе множество нюансов, которые необходимо знать. Кроме того, получение дохода путём вложения в различные ценные бумаги сопровождается рисками. И чем больший доход вы желаете получить, тем к большему риску должны быть готовы.

Инвестирование – понятие довольно обширное. Можно вкладывать свои деньги в различные ценные бумаги, которые характеризуются разной доходностью и степенью риска. Выбор того или иного варианта вложений зависит от желаний и запросов самого инвестора. Но, пожалуй, наиболее распространённым видом вложений являются вложения в акции различных компаний, являющихся акционерными обществами.

Выбор компании, в акции которой целесообразно вкладывать деньги, также непрост. Для минимизации рисков безусловно стоит инвестировать в надёжные компании, которые зарекомендовали себя на рынке и могут гарантировать стабильную доходность по своим ценным бумагам.

Целью данного исследования является анализ доходностей акций известных российских компаний из различных отраслей экономики, анализ динамики доходности этих компаний за последние годы, а также определение целесообразности вложений в акции рассматриваемых компаний на основе проведенного анализа.

На сайте mfd.ru [3] можно найти информацию о ценах акций и объемах продаж акций различных компаний. Нами были выбраны 32 компании, среди которых компании «Газпром», «Лукойл», «Сургутнефтегаз», «МегаФон», «Ростелеком», группа компаний «Черкизово» и другие известные российские компании. Для них были получены недельные данные о котировках акций с 01 января 2012 года по 11 апреля 2022 года (для ряда компаний временной период оказался меньше из-за отсутствия данных). Данные были представлены в виде файла Excel.

После этого была рассчитана доходность акций по формуле:

$$r_i = \frac{p_i - p_{i-1}}{p_{i-1}}, \quad \text{где}$$

r_i – доходность акции в рассматриваемом периоде,

p_i – цена акции в рассматриваемом периоде,

p_{i-1} – цена акции в предшествующем периоде.

Статистические методы анализа данных основаны на том, что многие случайные признаки, с которыми имеют дело в экономике и финансах, распределены по нормальному закону. Чтобы узнать, имеет ли исследуемый признак нормальный закон распределения, как правило, начинают с построения гистограммы, т.е. столбчатой диаграммы, где основаниями прямоугольников служат интервалы группирования признака, а высота прямоугольников равна количеству значений из выборки, попавших в соответствующий интервал. Если некоторый признак имеет нормальное распределение, то его гистограмма имеет вид симметричного колокола [2, с.19].

В нашем случае выясним с помощью гистограмм, для акций каких компаний доходность можно считать распределенной по нормальному закону. Полученные гистограммы можно увидеть на рисунках 1-2.



Рисунок 1. Визуализация доходностей с помощью гистограмм

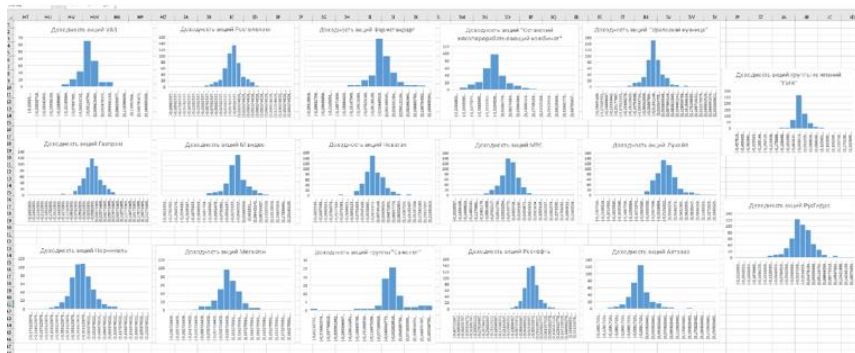


Рисунок 2. Визуализация доходностей с помощью гистограмм
(продолжение)

Можно заметить, что распределения доходностей, наиболее приближенные к нормальному закону, имеют электроэнергетическая компания «Россети», энергетические компании «Газпром» и «Новатэк», компании «Ростелеком» и «МегаФон», занимающиеся телекоммуникациями, сталелитейная и горнодобывающая компания «Северсталь», а также компания «Норникель», работающая в горно-металлургической промышленности. И дальнейший анализ будет проводиться для доходности акций именно этих компаний.

При помощи инструмента Пакета анализа «Описательная статистика» найдём основные выборочные характеристики для выбранных доходностей и на их основе построим 95-процентные доверительные интервалы для генеральной средней доходности акций. Доверительный интервал для генеральной средней доходности имеет вид: $(x_{\text{выб.ср.}} - \delta; x_{\text{выб.ср.}} + \delta)$. Выборочная средняя $x_{\text{выб.ср.}}$ равна параметру «среднее», найденному при помощи «Описательной статистики», а значение точности оценки δ – значению уровня надёжности из «Описательной статистики» [1].

Таким образом, в предположении, что генеральные совокупности имеют нормальный закон распределения, с надёжностью 95% генеральная средняя доходность акций компании «Россети» попадёт в интервал $(-0,00394; 0,00472)$; компании «Северсталь» – в интервал $(-0,00104; 0,00611)$; компании «Газпром» – в интервал $(-0,00209; 0,0045)$; компании «Норникель» – в интервал $(0,00006; 0,0069)$; компании «Ростелеком» – в интервал $(-0,00405; 0,00165)$; компании «МегаФон» – в интервал $(-0,00367; 0,00547)$; компании «Новатэк» – в интервал $(-0,00091; 0,00653)$. Для удобства анализа визуализируем найденные доверительные интервалы в виде горизонтальных отрезков в одной системе координат (рис.3).

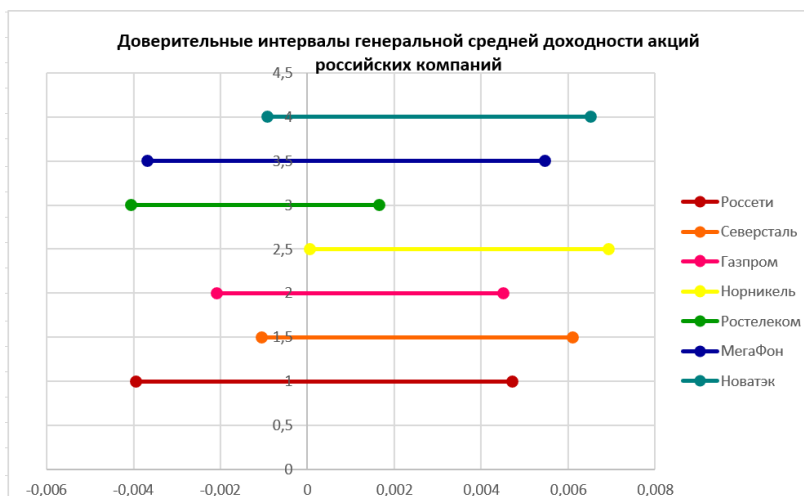


**Рисунок 3. Визуализация доверительных интервалов для
генеральной средней доходности**

Найденные интервальные оценки для генеральной средней доходности акций рассматриваемых компаний можно использовать при принятии решений о выборе активов для долгосрочного инвестирования. По расположению интервалов на рисунке 3 можно увидеть, что лишь для компании «Норникель» генеральная средняя доходность акций с вероятностью 95% попадает в интервал, обе границы которого положительны. Это говорит о том, что инвестиции в акции этой компании с надежностью 95% могут инвестору принести прибыль.

Вложения же в акции остальных компаний могут стать убыточными с той же вероятностью, т.к. нижние границы интервалов отрицательны.

Также можно заметить, что средняя доходность акций компании «Ростелеком» является самой низкой из представленных, ведь нижняя граница для 95-процентного доверительного интервала принимает значение $-0,00405$, что является самым низким значением для представленных нижних границ (после идёт компания «Россети», для которой нижняя граница доверительного интервала равняется $-0,00394$, а затем компания «МегаФон» с нижней границей $-0,00367$), а верхняя граница – значение $0,00165$, что также является самым низким значением среди всех верхних границ интервалов. График средней доходности акций компании «Ростелеком» в целом смещён левее начала координат, что говорит о большей вероятности получения убытка по акциям, нежели прибыли. Это говорит о том, что вложения в акции этой компании нецелесообразны.

Вложения же в акции остальных компаний с большей вероятностью станут прибыльными, нежели убыточными. Можно увидеть, что нижние

значения границ 95-процентных доверительных интервалов для компаний «Северсталь» и «Новатэк» примерно одинаковы и равняются соответственно $-0,00104$ и $-0,00091$. Верхние границы интервалов принимают значения $0,00611$ и $0,00653$ соответственно. Примерно на том же уровне находится и средняя доходность акций компании «Газпром». Но всё же границы её интервала в сравнении с двумя предыдущими компаниями принимают меньшие значения ($-0,00209$ и $0,0045$). То есть среди оставшихся компаний наиболее прибыльными являются акции компаний «Новатэк» и «Северсталь».

Таким образом, можно сделать вывод, что среди представленных компаний наиболее целесообразными будут вложения в акции компаний «Норникель» и «Северсталь», работающих в сфере металлургии, и компании «Новатэк», занимающейся добычей природного газа. Именно эти компании могут обеспечить в среднем наибольшую доходность по своим акциям.

Библиографический список

1. Никаноркина, Н.В. Особенности организации самостоятельной работы студентов по математике в условиях цифровой трансформации / Н.В. Никаноркина // Научные труды Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского. Серия «Естественные и технические науки» Калуга, 2021. – С.207-214.
2. Никаноркина, Н.В. Эконометрическое моделирование влияния затрат на инновационную деятельность в Российской Федерации / Н.В. Никаноркина // Самоуправление. - 2021. - №5 (127). – С.298-302.
3. Соловьев, В.И. Анализ данных в экономике: теория вероятностей, прикладная статистика, обработка и визуализация данных в Microsoft Excel: учебник / В.И. Соловьев. – Москва: КНОРУС, 2021. – 498 с.
4. Финансовый портал: котировки акций, курсов валют [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://mfd.ru/> (дата обращения 02.05.2022)

УДК 65.011.56

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА ОБМЕНА ИНФОРМАЦИЕЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ ПОСРЕДСТВОМ УЛУЧШЕНИЯ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА

Соловьева Д.Д., бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Акименко Д.А., к.т.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье рассмотрено влияние электронного документооборота на эффективность процессов обмена информацией на предприятии. На примере организации продемонстрирована необходимость периодического обновления системы электронного документооборота.

Ключевые слова: внедрение, процесс обмена информацией, электронный документооборот, система электронного документооборота.

IMPROVING THE PROCESS OF INFORMATION EXCHANGE AT THE ENTERPRISE THROUGH IMPROVEMENT OF THE ELECTRONIC DOCUMENT MANAGEMENT SYSTEM

Soloveva D.D. bachelor's degree of the 4rd year

*Supervisor: Akimenko D.A., Candidate of Technical Sciences,
Associate Professor*

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The article considers the influence of electronic document management on the efficiency of information exchange processes in an enterprise. On the example of an organization, the need for periodic updating of the electronic document management system is demonstrated.

Keywords: introduction, information exchange process, electronic document management, electronic document management system.

Обмен информацией на предприятии – это процесс передачи информации между сотрудниками организации, который позволяет скоординировать работу предприятия и организовать коммуникационные процессы. Одним из главных инструментов обмена информации является электронный документооборот.

Электронный документооборот – это способ передачи электронных документов с помощью определенного программного обеспечения. Для того, чтобы электронный документооборот эффективно функционировал, существуют системы электронного документооборота.

Система электронного документооборота (СЭД) – это автоматизированная система, обеспечивающая создание, управление и передачу электронных документов в электронных сетях. Она предназначена для автоматизированного процесса обмена документами между сотрудниками предприятия. СЭД позволяют более эффективно распоряжаться временными ресурсами предприятия, поскольку сокращается время на передачу документов, появляется возможность одновременной работы над документом несколькими сотрудниками, исключаются ошибки, которые могли быть допущены при использовании бумажного документооборота [1].

В качестве главной цели СЭД можно выделить направленность на построение эффективной системы управления бизнес-процессами и документами предприятия. Набор инструментов, входящих в систему электронного документооборота позволяет реализовать технологии электронного документооборота на любом предприятии, независимо от размера и формы собственности.

Электронный документооборот постепенно внедряется во всех отраслях и организациях, поскольку преимущества автоматизированных технологий становятся все более очевидными. Основными принципами электронного документооборота является:

- Однократная регистрация документа, позволяющая однозначно идентифицировать документ;
- Возможность выполнения операция по документу параллельно;
- Непрерывность движения документа;
- Согласованная база документной информации;
- Организованная система поиска документа, позволяющая эффективно находить документ, обладая минимальным количеством информации о нем;
- Развитая система отчетности.

Внедрение электронного документооборота в компании — это возможность ускорить обучение новых сотрудников и оптимизировать запуск новых процессов в организации. Если в случае бумажного делопроизводства на предоставление информации каждому отдельному сотруднику уходило много времени, то электронные документы позволяют значительно оптимизировать процесс, и на ознакомление с инструкциями и правилами уходит гораздо меньшее количество ресурсов.

В условиях современного мира внедрение СЭД на предприятие играет очень важную роль, поскольку значительно повышает эффективность работы всей организации в целом, а как следствие способствует увеличению прибыли. Основными преимуществами внедрения СЭД на предприятия является:

- Исключение из оборота бумажных носителей – оптимизация работы с информацией, ускорение всех бизнес-процессов: от создания и подготовки документов до поиска, согласования и обмена. Снижается стоимость издержек при работе с бумажными документами.
- Накопление больших данных для проведения аналитических анализов – внедрение электронного документооборота и информации позволяет компании собирать большие объемы данных для последующего анализа и аудита. Это помогает более эффективно управлять развитием бизнеса, создавать расширенные отчеты и упрощает прогнозирование и планирование деятельности.
- Повышение уровня исполнительской дисциплины - за счет упрощения контроля задач, качества выполнения сотрудниками в компании приказов, распоряжений, решений руководителей, а значит повышение эффективности работы в целом. СЭД помогает быстро создать систему координации в организации, позволяет распределить нагрузку между сотрудниками, повышает ответственность сотрудников.
- Обеспечение безопасности данных – шифрование информации, иерархия доступа пользователей к файлам, электронное хранение предотвращает утечку информации, обеспечивает безопасность при работе с документами компании.

- Создание и развитие корпоративной культуры – автоматизированный документооборот в компании облегчает взаимодействие между сотрудниками, филиалами, отделами в компании. В результате упрощения коммуникации минимизируются конфликты, выстраивается четкая иерархия структуры управления (вертикальные связи), налаживаются взаимоотношения в коллективе, повышается общий корпоративный дух в компании.

- Ускоренное обучение новых сотрудников – встроенная в СЭД база знаний, система оповещения облегчают и ускоряют адаптацию новых сотрудников в компании, снижают затраты на обучение и упрощают работу кадровых специалистов.

Стоит отметить, что одного лишь внедрения СЭД в организацию недостаточно. Необходимо периодическое и своевременное обновление системы. Это позволит устранить возможные ошибки, которые учитываются при выпуске обновленных версий СЭД, а также ускорить обработку документов в целом.

Чтобы подробнее рассмотреть данную ситуацию приведем в пример крупное производственное предприятие, основной деятельностью которого является производство современной радиоэлектронной аппаратуры и средств телекоммуникаций. Численность работников составляет 1500 человек. В настоящее время функционирует СЭД «1С: Документооборот 8 КОРП» ред. 2.1. Эта система основана на базе «1С: Предприятие 8.3».

После реализации проекта внедрения данной СЭД было создано единое информационное пространство для целой организации. СЭД дала возможность сократить объем «бумажного» копирования документов в процессе рассмотрения, сделав более высоким качество работы всех сотрудников – как на уровне личной деятельности, так и на уровне организационных подразделений. Осуществляется регистрация всех видов документов, исполнение поручений, согласовывается документация, ведутся справочники. Реализованы дополнительные функции, касающиеся закупок, управления договорами, сбора и обновления прогнозных данных по денежным потокам и платежам.

Одной из особенностей СЭД «1С: Документооборот 8 КОРП» ред. 2.1 является структурирование бумажного документооборота и перевод его в электронный вид, неограниченное хранение электронных документов, эффективная работа с документами, экономия расходных материалов компании и рабочего времени сотрудников. Архитектура «1С: Документооборот 8 КОРП» ред. 2.1 следует из характеристик платформы 1С. Есть возможности клиент-серверной и файловой работы, когда база данных представляет собой просто каталог в локальной сети. В этом режиме работы нет сервера, все функции выполняет клиент. Возможно функционирование системы электронного документооборота в режиме веб-клиента и в качестве клиентского приложения. При этом их функционал практически оди-

наков. Клиентское приложение работает быстрее и намного удобнее. Начиная с версии 1С 8.3 клиентское приложение также доступно для платформ Linux. Помимо этого, она работает без использования виртуальной среды Java, которая требует значительных системных ресурсов.

Сейчас на предприятии функционирует СЭД «1С: Документооборот 8 КОРП» в редакции 2.1.

В связи с тем, что версия устарела, существуют определенные минусы в процессах обработки документов, связанные со скоростью обработки документов и недостатками функциональных возможностей.

Однако с недавнего времени была выпущена обновленная редакция 3.0. Она учитывает ошибки прошлой, недостатки и пожелания пользователей.

Новыми возможностями СЭД «1С: Документооборот 8 КОРП» ред. 3.0 являются:

- Единый справочник «Документы предприятия» со признаком прочтенности обеспечивает разделение на потоки документов (входящий, исходящий, внутренний). Это позволяет гибко и быстро адаптировать программу под конкретный бизнес.

- «Тематика документов определяет тип документа и позволяет группировать документы по различным признакам» [5].

- Автоматическое расширение доступа к связанным документам обеспечивает синхронизацию доступа к связанным документам.

- Новое правило и интерфейс «Обработки документа и мероприятий» позволяет настраивать автозапуск, условия, параметры копирования настроек. В результате обработка стала проще и понятнее, а настройки легче. Теперь вся информация о действиях над документом собрана в одном месте.

- Учет важности документов. Документам теперь можно назначать уровень приоритета: высокий, нормальный, низкий.

- Многопредметные процессы с вложенной обработкой. Документы теперь можно добавить в процессы.

- Поддержка множественной подписи, выбор предприятия, от имени которого происходит подписание.

- Вытеснение участников согласования участниками подписания и утверждения - в случаях, когда совмещение правил обработки документов или интерактивный выбор участников пользователями приводит к тому, что один и тот же сотрудник является участником нескольких действий и получает несколько одинаковых задач по одному документу.

- Согласование в режиме замечаний и протокол разногласий. Возврат подзадач к доработке - теперь согласующие имеют возможность работать параллельно, а не поочередно, как раньше. Программа сохраняет замечания, которые автоматически переносятся комментариями в файл

Word, заносятся в протокол разногласий, выводятся на печать или вносятся в лист согласования.

- Контроль версий согласованных файлов позволяет быстро увидеть, какая версия была согласована и был ли изменен файл.

- Реестры документов и мероприятий разделяют типы документов и событий на группы, что позволяет легко настроить быстрый доступ к реестрам из навигационного блока рабочего стола.

- «Возможность добавления дополнительных реквизитов в любом месте карточки документа. Реализованы проверка орфографии, сохранение и редактирование склонений названий» [5].

Предприятию необходимо обновить СЭД, до последней версии, поскольку это значительно снизит временные затраты на обработку документов, позволит более эффективно осуществлять документооборот и в целом решит проблемы, связанные с документооборотом.

Таким образом, обновление СЭД станет важным этапом в совершенствовании процесса обмена информацией на предприятии, поскольку все ошибки прошлой версии СЭД учтены в новой и недостатки сведены до минимума. Это сделает обмен информацией между сотрудниками более качественным, быстрым и эффективным, а также окажет положительное влияние на предприятие в целом.

Библиографический список

1. Барихин, А. Б. Делопроизводство и документооборот / А.Б. Барихин. - М.: Книжный мир, 2019. - 416 с.
2. Долганова, О. И. Моделирование бизнес-процессов: учебник и практикум для вузов / О. И. Долганова, Е. В. Виноградова, А. М. Лобанова ; под редакцией О. И. Долгановой. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 289 с.
3. Информационные системы управления производственной компанией: учебник и практикум для академического бакалавриата / под ред. Н. Н. Лычкиной. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 249 с
4. Информационные системы предприятия: уч. пособие / А. О. Варфоломеева, А. В. Коряковский, В. П. Романов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 330 с.
5. Функциональные возможности бета-версии редакции 3.0 конфигурации «Документооборот КОРП» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://consulting.1c.ru/news/107192.html> (дата обращения: 05.05.2022).

УДК 51-77

ФОРМИРОВАНИЕ ОПТИМАЛЬНОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОРТФЕЛЯ С ПОМОЩЬЮ ИНСТРУМЕНТОВ MS EXCEL

Столь С.А. бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Никаноркина Н.В., к.п.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье рассмотрены возможности инструментов MS Excel для расчета доходности и риска акций и выбора оптимального сочетания этих показателей для формирования инвестиционного портфеля.

Ключевые слова: MS Excel, акции, инвестиционный портфель, доходность, риск.

CALCULATION OF THE OPTIMUM INVESTMENT PORTFOLIO USING MS EXCEL

Stol S.A. 2nd year bachelor's degree

*Supervisor: Nikanorkina N.V., candidate of pedagogical sciences, associate professor
Kaluga branch of the Financial University, Kaluga*

Annotation. The article discusses MS Excel tools for calculating the return and risk of shares and choosing the exceptional value of this indicator for the formation of an investment portfolio

Key words: MS Excel, shares, investment portfolio, profitability, risk.

Перед специалистами различного рода деятельности все чаще ставятся задачи, решение которых оказывается очень трудным, а порой даже невозможным без использования компьютерных технологий. Отличительной чертой современного этапа развития общества является стремительная цифровизация, которая охватывает все больше сфер человеческой жизнедеятельности, в том числе и экономическую. В настоящее время современные цифровые технологии предоставляют широкие возможности для эффективного решения многих профессиональных задач. Под цифровизацией при этом мы понимаем внедрение и эффективное использование цифровых технологий, цифровой способ коммуникации, работу с большими массивами информации с помощью цифровых устройств [2].

В настоящее время есть много различных пакетов прикладных программ, а также популярные открытые среды типа Python и R, которые используются для решения многих экономических и финансовых задач. Использование этих средств значительно расширяет спектр решаемых задач, т.к. с их помощью становится возможным выполнение операций, которые невозможно или затруднительно провести вручную без использования цифровых инструментов.

Пакет MS Excel – одна из таких возможностей. Это программа, достаточно простая в использовании и имеющая большое количество инструментов и функций, широко применяемых для решения задач экономики и финансов. С ее помощью возможна автоматизация множества процессов, а также расчет различных показателей, необходимых для анализа экономической и финансовой деятельности.

В работе рассматривается применение инструментов MS Excel для решения одной из важных финансовых задач - задачи формирования оптимального инвестиционного портфеля.

Инвестиционный портфель представляет собой определенный набор активов, рассматриваемый как целостный объект управления, доход от которого соответствует конкретным интересам и целям инвестора. Основная идея его формирования заключается в правильности распределения рисков и доходности ценных бумаг [1].

Основными количественными характеристиками инвестиционного портфеля являются доходность и риск. При формировании портфеля целью инвестора является получение максимальной прибыли и при этом минимизация рисков. Но, как правило, рост доходности выбираемого портфеля сопровождается и повышением его риска, и наоборот, снижение риска приводит к снижению доходности портфеля. Поэтому при формировании портфеля активов инвестору важно найти такое сочетание между доходностью и риском, которое соответствовало бы его предпочтениям и целям. Вкладывая средства в различные ценные бумаги, инвестор может формировать портфель инвестиций таким образом, чтобы при требуемой им доходности снизить риск либо при данном приемлемом уровне риска повысить доходность. Таким образом, мы получаем два типа задач, связанных с формированием оптимального портфеля активов.

Математическая постановка первого типа подразумевает решение задачи максимизации целевой функции доходности при заданном уровне риска. Второй тип задач предполагает минимизацию целевой функции риска при минимально допустимом значении доходности.

Вышеописанные типы сводятся к решению задач на оптимизацию. Для первого типа задач решается система вида:

$$\left\{ \begin{array}{l} \sum_{i=1}^n w_i \times r_i \rightarrow \max \\ \sqrt{\sum_{i=1}^n w_i^2 \times \sigma_i^2 + 2 \sum_{i=1}^n \sum_{j=i+1}^n w_i \times w_j \times k_{ij} \times \sigma_i \times \sigma_j} < \sigma_p \\ \sum_{i=1}^n w_i = 1 \\ w_i \geq 0 \end{array} \right.$$

Система для второго типа задач имеет вид:

$$\left\{ \begin{array}{l} \sqrt{\sum_{i=1}^n w_i^2 \times \sigma_i^2 + 2 \sum_{i=1}^n \sum_{j=i+1}^n w_i \times w_j \times k_{ij} \times \sigma_i \times \sigma_j} \rightarrow \min \\ \sum_{i=1}^n w_i \times r_i > r_p \\ \sum_{i=1}^n w_i = 1 \\ w_i \geq 0 \end{array} \right.$$

Здесь w_i — доля i -го инструмента в портфеле; r_i — доходность i -го инструмента; σ_i — стандартное отклонение доходности i -го инструмента (или риск); k_{ij} — коэффициент корреляции между доходностями i -го и j -го инструментов; n — количество финансовых инструментов в портфеле, σ_p — риск портфеля, r_p — ожидаемая доходность портфеля.

В приведенных математических постановках двух типов задач первое условие — это целевая функция, остальные условия — это ограничения, накладываемые на портфель.

Составим портфель из нескольких акций российских компаний, принадлежащих к различным отраслям деятельности: Сбербанк, Газпром, Аэрофлот и М.Видео, и покажем, как решить указанные выше два типа задач средствами MS Excel.

Шаг 1. Данные о котировках акций на Московской бирже можно получить у официальных представителей биржевой информации. Выберем для примера сайт информационного агентства «МФД-ИнфоЦентр» [4]. Для примера рассмотрим ежемесячные цены акций указанных компаний в период 01.04.2020-01.04.2021 и представим данные в виде файла Excel.

Сформируем запрос на получение котировок акций. Для этого заходим на сайт по ссылке <https://mfd.ru/> и входим в раздел «Котировки», где выбираем опцию «Экспорт в MetaStock». Далее среди различных фондовых площадок выбираем Московскую биржу, акции и ПИФы, откуда из перечня предложенных компаний добавляем в тикеры все необходимые: Аэрофлот, Газпром, М.Видео и Сбербанк. После этого в таблице ниже задаем нужные нам параметры: таймфрейм — месяц, указываем необходимый интервал (01.04.2020-01.04.2021), в качестве десятичного разделителя поля ставим запятую. Формат даты возьмем dd/MM/yy, в качестве формата записи укажем TICKER (название акции), PER (период, у нас месяц), DATE (дата), TIME (время), CLOSE (цена закрытия), VOL (объем торгов). Нажимаем кнопку «Получить данные». В итоге будет сформирован файл с расширением txt, который мы преобразуем в файл Excel в виде таблицы, из которой мы оставляем лишь столбцы с датой, названиями компаний и ценами закрытия.

Шаг 2. Рассчитаем доходность по ценным бумагам каждой компании. Формула расчета имеет вид: $r = \frac{(P_2 - P_1)}{P_1} \times 100\%$, где P_2 — цена актива в текущем периоде, P_1 — цена актива в предыдущем периоде. Интерпретируем формулу в Excel и после расчетов таблица будет иметь вид, представленный на рисунке 1.

Для расчета ожидаемой доходности возьмем ее среднее значение за весь период и реализуем с помощью формулы СРЗНАЧ(массив доходности акций компании) [3]. Сразу можно заметить отрицательное значение ожидаемой доходности акций компании Аэрофлот. Поэтому ценные бума-

ги этой компании нецелесообразно включать в инвестиционный портфель. Исключим активы данной компании из рассмотрения.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Дата	цена-Сбербанк	цена-Газпром	цена-Аэрофлот	цена-М.Видео	доходн-Сбер	доходн-Газпром	доходн-Аэрофлот	Доходн-М.Видео
2	01.04.2020	197,25	190	75,76	363,7				
3	01.05.2020	200,5	199,95	78,06	340	1,65%	5,24%	3,04%	-6,52%
4	01.06.2020	203,22	194,31	82,34	406,7	1,36%	-2,82%	5,48%	19,62%
5	01.07.2020	221,57	182,59	83,2	431,3	9,03%	-6,03%	1,04%	6,05%
6	01.08.2020	226,1	181,01	81,02	562,7	2,04%	-0,87%	-2,62%	30,47%
7	01.09.2020	229,14	169,97	74,12	679,1	1,34%	-6,10%	-8,52%	20,69%
8	01.10.2020	200,99	154,28	57,3	680,5	-12,29%	-9,23%	-22,69%	0,21%
9	01.11.2020	249,63	181,89	71,66	722,8	24,20%	17,90%	25,06%	6,22%
10	01.12.2020	271,65	212,98	71,44	712	8,82%	17,09%	-0,31%	-1,49%
11	01.01.2021	258,11	212,83	69,88	715,5	-4,98%	-0,07%	-2,18%	0,49%
12	01.02.2021	270,17	217,56	69,66	820,4	4,67%	2,22%	-0,31%	14,66%
13	01.03.2021	291,02	227,24	67,44	728	7,72%	4,45%	-3,19%	-11,26%
14	01.04.2021	281,07	222,15	66,28	720	-3,42%	-2,24%	-1,72%	-1,10%
15	Ожидаемая доходность (r_ожд.)					3,35%	1,63%	-0,58%	6,50%

Рисунок 1. Расчет доходности акций в MS Excel

Шаг 3. Рассчитаем риски вложений в акции каждой из оставшихся компаний. В Excel для этого применяется формула СТАНДОТКЛОН.В(массив доходности акций компании) [2].

Шаг 4. На данном шаге произведем расчет коэффициентов корреляции, чтобы впоследствии определить процентное соотношение между ценными бумагами в портфеле. Это можно сделать двумя способами: с помощью инструмента КОРРЕЛЯЦИЯ пакета «Анализ данных», который позволяет получить матрицу парных коэффициентов корреляции доходностей для всех рассматриваемых активов, либо с использованием функции КОРРЕЛ для нахождения коэффициентов корреляции для каждой пары активов в отдельности.

В своих расчетах мы использовали первый вариант. Для этого зашли во вкладку Данные, выбрали пакет «Анализ данных» и инструмент «Корреляция». В появившемся окне в строке «Входной интервал» выделили диапазон с доходностями акций компаний, в качестве выходного интервала поставили ссылку на свободную ячейку.

Как можно заметить, инструмент КОРРЕЛЯЦИЯ строит матрицу, заполненную только наполовину, т.е. ячейки, стоящие над главной диагональю матрицы, остались пустыми. Их можно дополнить с использованием функции КОРРЕЛ, выбирая попарно массивы с доходностями акций компаний, или скопировав соответствующие значения парных коэффициентов корреляции под главной диагональю матрицы.

Шаг 5. Для нахождения общей доходности портфеля установим произвольную долю бумаг в портфеле, сумма которых равна 1. Далее рассчитаем средневзвешенную доходность акций, воспользовавшись формулой: $r_p = r_{\text{ожид.1}} \times w_1 + r_{\text{ожид.2}} \times w_2 + r_{\text{ожид.3}} \times w_3$, где $r_{\text{ожид.1}}$, $r_{\text{ожид.2}}$, $r_{\text{ожид.3}}$ – ожидаемая доходность акций Сбербанка, Газпрома, М.Видео соответственно, а w_1 , w_2 , w_3 – предполагаемая доля акций этих компаний в портфеле.

Шаг 6. Для расчета общего риска портфеля воспользуемся формулой, указанной выше. Её реализация в MS Excel имеет вид: КО-РЕНЬ(МУМНОЖ(МУМНОЖ(массив предполагаемых долей акций в портфеле; массив ковариационной матрицы); массив предполагаемых долей акций))

Шаг 7. Найдем портфель минимального риска при заданной ожидаемой доходности. Минимально допустимое значение ожидаемой доходности задаем самостоятельно. Пусть это будет значение 5%. При вычислении настоящих долей акций в портфеле воспользуемся надстройкой «Поиск решений». В окне «Параметры поиска решений» в графе оптимизировать целевую функцию ставим ссылку на ячейку, в которой занесен риск. Так как мы ищем портфель минимального риска, то задаем минимум. Далее накладываем ряд ограничений: доля акций должна быть положительной, их сумма, занесенная в отдельную ячейку, равна единице, а общая доходность портфеля не меньше 0,05. Запускаем надстройку. В результате получим оптимальный портфель вида $X(0,393; 0,053; 0,553)$, т.е. состоящий из 39,3% акций Сбербанка, 5,3% акций Газпрома и 55,3% акций М.Видео. Этот портфель имеет наименьший риск из всех портфелей, ожидаемая доходность которых не меньше 0,05.

Шаг 8. Найдем теперь портфель максимальной доходности при заданном уровне риска. Максимально допустимое значение риска портфеля зададим сами, например, 0,08. Воспользуемся той же надстройкой «Поиск решений», поменяв целевую функцию риска на функцию ожидаемой доходности портфеля, минимум на максимум, а формулу риска вводим в ограничения, задав наибольшее значение 0,08. Корреляционная матрица доходностей осталась прежней. После запуска надстройки «Поиск решений» получим оптимальный портфель вида $X(0,417; 0,02; 0,563)$. Этот портфель включает 41,7% акций Сбербанка, 2% акций Газпрома и 56,3% акций М.Видео. Найденный портфель имеет максимальную ожидаемую доходность из всех портфелей, риск которых не превосходит 0,08.

Для наглядности найденные оптимальные портфели изобразим в виде круговых диаграмм, представленных на рисунке 2.

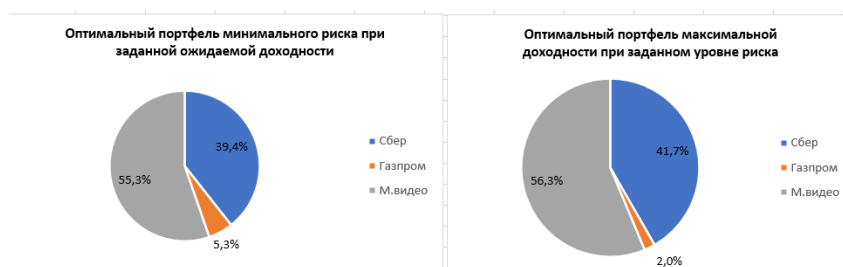


Рисунок 2. Распределение долей акций в найденных оптимальных портфелях

Как видим на рисунке 2, и в первом, и во втором случае, больше всего в этих портфелях акций компании М.Видео, меньше всего в найденных портфелях акций компании Газпром. Если мы посмотрим на рассчитанные ранее ожидаемые доходности этих акций (рис.1), то увидим, что средняя ожидаемая доходность акций компании М.Видео наибольшая из трех данных (6,5%), а для компании Газпром она наименьшая (1,63%). Поэтому логично, что на активы с большей ожидаемой доходностью приходится большая доля в портфеле.

Пакет MS Excel имеет огромный арсенал возможностей и инструментов, посредством использования которых можно автоматизировать расчеты большинства экономических показателей, а также ускорить процедуру решения многих задач. В данной статье на примере работы с акциями нескольких российских компаний было продемонстрировано решение двух типов задач на оптимизацию инвестиционного портфеля средствами MS Excel – это задача минимизации риска портфеля при заданной ожидаемой доходности и задача максимизации доходности портфеля при заданном уровне риска. Следует отметить, что инструменты MS Excel позволяют визуализировать полученные числовые результаты, что помогает при формулировке выводов и рекомендаций. В нашем случае найденные портфели было удобно представить с помощью круговых диаграмм, которые показали наглядно соотношение долей активов каждого вида в портфеле и помогли обнаружить связь с рассчитанными ранее показателями доходности.

Таким образом, знание математической постановки основных экономических задач и их инструментальной поддержки позволяет быстро и эффективно произвести аналитику и найти решение многих возникающих перед экономистом профессиональных задач.

Библиографический список

1. Инвестиционный портфель [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://quote-rbc.ru.turbopages.org/quote.rbc.ru/s/dict/Portfolio> (дата обращения 02.05.2022)
2. Никаноркина, Н.В. Особенности организации самостоятельной работы студентов по математике в условиях цифровой трансформации / Н.В. Никаноркина // Научные труды Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского. Серия «Естественные и технические науки» Калуга, 2021. – С.207-214.
3. Никаноркина, Н.В. Эконометрическое моделирование влияния затрат на инновационную деятельность в Российской Федерации / Н.В. Никаноркина // Самоуправление. - 2021. - №5 (127). – С.298-302
4. Статистика в помощь инвестору. Как оценить риски снижения акций [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/statistika-v-pomoshch-investoru-kak-otsenit-riski-snizheniia-aktsii> (дата обращения 02.05.2022)
5. Финансовый портал: котировки акций, курсов валют [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://mfd.ru/> (дата обращения 02.05.2022)

УДК 519.644.2

ЧИСЛЕННЫЕ МЕТОДЫ ИНТЕГРИРОВАНИЯ И ИХ РЕАЛИЗАЦИЯ НА ЯЗЫКЕ R ПРИ РЕШЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАДАЧ

Элоян А.В. бакалавр 1-го курса

*Научный руководитель: Дробышева И.В., д.п.н., профессор
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе рассмотрены основные методы численного интегрирования, для каждого из которых написан код на языке R. Приведены решения экономических задач с помощью этих кодов.

Ключевые слова: определенный интеграл, метод левых прямоугольников, метод правых прямоугольников, метод трапеций, метод Симпсона, математическая модель, экономические задачи.

NUMERICAL INTEGRATION METHODS AND THEIR IMPLEMENTATION IN THE R LANGUAGE IN SOLVING ECONOMIC PROBLEMS.

Eloyan A.V. bachelor's of the 1st year

*Supervisor: I.V. Drobysheva, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The paper considers the main methods of numerical integration, for each of which a code is written in the R language. Solutions of economic problems using these codes are given.

Keywords: definite integral, left rectangle method, right rectangle method, trapezoid method, Simpson method, mathematical model, economic problems.

Понятие определенного интеграла имеет достаточно широкое применение при решении задач с экономическим содержанием. Оно может служить инструментом для нахождения экономических функций по известным предельным величинам, объема продукции по известной функции производительности труда или производственной функции, среднего времени изготовления изделия, дисконтированной стоимости денежного потока, выпуска оборудования при постоянном темпе роста, вычисление коэффициента Джини и др. [2].

Для нахождения определенного интеграла используются такие аналитические методы, как метод непосредственного интегрирования, замены переменных, интегрирования по частям, которые позволяют вычислять определенные интегралы, даже если подынтегральная функция представляет достаточно сложное выражение. Однако, существуют так называемые «неберущиеся» интегралы, найти которые данными методами невозможно. Кроме того, при решении практико-ориентированных задач зависимость, определенный интеграл от которой является моделью искомой величины, может быть задана таблично. В перечисленных случаях, а также в ситуации, когда использование аналитических методов является трудоемким процессом, рациональнее применять численные методы интегрирования.

Идея численного интегрирования заключается в том, что для нахождения определенного интеграла $I = \int_a^b f(x)dx$ отрезок $[a; b]$ разбивают на

n отрезков, на каждом из которых заменяют подынтегральную функцию $f(x)$ более простой, для нее проводят операцию интегрирования. Суммируя результаты, полученные на каждом из отрезков, находят значение I . Для повышения точности результата число точек разбиения отрезка увеличивают [1]. В зависимости от метода численного интегрирования подынтегральную функцию заменяют либо линейной функцией, определяемой уравнением $f(x) = ax + b$, либо полиномиальной k -ого порядка $a_k x^k + a_{k-1} x^{k-1} + \dots + a_1 x + a_0$. Чем выше степень полинома, тем выше точность расчетов. Благодаря тому, что нахождение интеграла от этих функций не вызывает затруднений, процесс его нахождения является простым.

Для определения погрешности численного интегрирования, которая находится как разница вычисленных значений интегралов, рекомендуется применять двойное интегрирование [1].

Методы левых и правых прямоугольников и трапеции являются простейшими методами численного интегрирования. В первых двух методах на каждом из отрезков разбиения подынтегральная функция заменяется на линейную функцию, графиком которой является горизонтальная прямая, проходящая через точку, ордината которой равна значению функции в левом/правом конце отрезка разбиения (рис. 1).

В методе трапеций происходит замена подынтегральной функции линейной, график которой проходит через точки, ординаты которых равны значениям функции в левом и правом концах каждого отрезка разбиения (рис. 1).

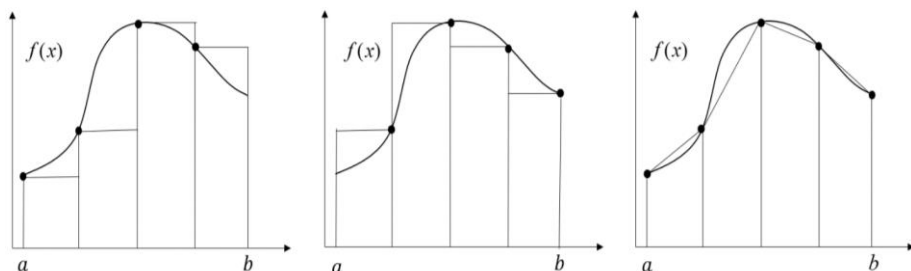


Рисунок 1. Графическое представление простейших методов

Реализация идеи замены подынтегральной функции на линейную в случае разбиения отрезка $[a; b]$ на n равных отрезков длины h позво-

ляет получить для каждого из указанных выше методов формулу численного интегрирования.

Таблица 1. Формулы для простейших методов интегрирования

Метод численного интегрирования	Формула
Метод левых прямоугольников	$I = \int_a^b f(x) dx \approx \sum_{i=0}^{n-1} f(x_i)h$
Метод правых прямоугольников	$I = \int_a^b f(x) dx \approx \sum_{i=1}^n f(x_i)h$
Метод трапеции	$I = \int_a^b f(x) dx \approx \sum_{i=0}^{n-1} (f(x_i) + f(x_{i+1})) \frac{h}{2}$

На практике метод прямоугольников не применяется, так как слишком велика погрешность.

Как отмечается в работе [1], погрешность R вычисления интеграла методом трапеций можно найти по формуле: $R \leq \frac{|I_n - I_{n/2}|}{3}$, где $I_n, I_{n/2}$

– значения интеграла при делении отрезка $[a, b]$ на n и $n/2$ частей.

Метод Симпсона основан на замене подынтегральной функции квадратичной, графиком которой является парабола, строящаяся по крайним и средней точкам на каждом отрезке разбиения, длина которого равна $2h$ (рис. 2).

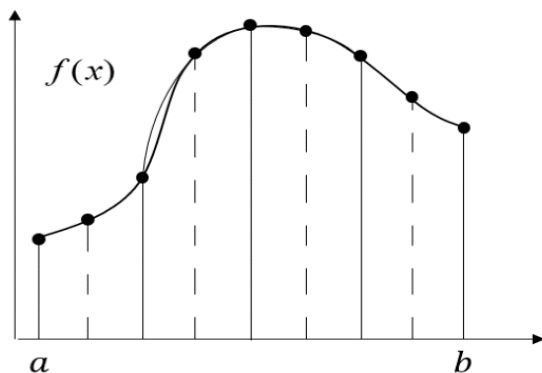


Рисунок 2. Графическое представление метода Симпсона

Формула численного интегрирования для метода Симпсона имеет вид:

$$I = \int_a^b f(x) dx \approx \frac{hf(x_0)}{3} + \frac{4h}{3} \sum_{i=1}^{n/2} f(x_{2i-1}) + \frac{2h}{3} \sum_{i=1}^{n/2} f(x_{2i}) + \frac{hf(x_n)}{3}$$

С помощью метода Симпсона возможно вычисление интеграла с меньшей погрешностью, чем с помощью предыдущих методов. Анализ формулы оценки погрешности $R \leq \frac{|I_n - I_{n/2}|}{15}$ ($I_n, I_{n/2}$ – значения инте-

грала при делении отрезка $[a, b]$ на n и $n/2$ частей), представленной в работе [3], позволяет увидеть, что погрешность вычислений уменьшится в 15 раз, если увеличить число разбиений в два раза.

Для использования численных методов были разработаны и представлены в работе коды на языке R для нахождения определенного интеграла каждым из описанным выше методов. Они апробированы при решении математических и профессионально-ориентированных задач в случае, если подынтегральная функция задана аналитически или таблично.

В представленных ниже кодах (таблица 2): S — значение определенного интеграла, i — индекс, h — шаг, snk — сумма значений функций в точках $x=a$ и $x=b$.

Таблица 2. Коды методов интегрирования на языке R.

# метод левых прямоугольников $s = 0$ $i = 1$ $h = (b - a) / n$ $x = \text{seq}(a, b, h)$ while ($i \leq n$) { $s = s + f(x[i]) * h$ $i = i + 1$ } s	# метод правых прямоугольников $s = 0$ $i = 1$ $h = (b - a) / n$ $x = \text{seq}(a, b, h)$ while ($i \leq n$) { $s = s + f(x[i+1]) * h$ $i = i + 1$ } s
# метод трапеции $s = 0$ $i = 1$ $h = (b - a) / n$ $x = \text{seq}(a, b, h)$ while ($i \leq n$) { $s = s + (f(x[i]) + f(x[i+1])) * (1/2) * h$ $i = i + 1$ } s	# метод Симпсона $h = (b - a) / n$ $x = \text{seq}(a, b, h)$ $snk = (f(x[1]) + f(x[n+1]))$ $s = 0$ for (i in $2:n$) { if ($i \% 2 == 0$) { $k = 4$ } else { $k = 2$ } $s = s + k * f(x[i])$ } $s = (snk + s) * (1/3) * h; s$

Применение кода для вычисления определенного интеграла $\int_a^b f(x)dx$

требует его дополнения исходными данными. Для этого в начале кода надо задать подынтегральную функцию $f(x)$, значения a и b , количество разбиений n отрезка $[a; b]$.

Например, для вычисления «неберущегося» интеграла $\int_{-1}^1 \cos(x^2)dx$

нами были использованы коды метода Симпсона и метода трапеций (таблица 3). Значения определенного интеграла соответственно равны 1,809038 и 1,797828, погрешности R — 0,0077 и 0,01121. Сравнение результатов показывает более высокую точность вычислений методом Симпсона.

Разработанные коды могут быть использованы для решения профессионально-ориентированных задач, математическими моделями которых являются определенные интегралы. В первом из представленных ниже примеров подынтегральная функции задана формулой, но процесс нахождения определенного интеграла точными методами достаточно трудоемкий, поэтому целесообразно применить один из численных методов. Во втором примере подынтегральная функция задана таблично, что не позволяет применить точные методы.

Таблица 3. Коды для вычисления $\int_{-1}^1 \cos(x^2)dx$

# метод Симпсона	# метод трапеций
<pre>f = function(x) { cos(x^2) } a = -1 b = 1 ni = list (10, 5) s = 0 for (n in ni) { s1 = s h = (b - a) / n x = seq(a, b, h) snk = (f(x[1]) + f(x[n+1])) s = 0 for (i in 2 : n) { if (i %% 2 == 0) { k = 4 } else { k = 2 } s = s + k * f(x[i]) } s = ((snk + s) * (1/3) * h) }</pre>	<pre>f = function(x) { cos(x^2) } a = -1 b = 1 ni = list (10, 5) s = 0 for (n in ni){ s1 = s h = (b - a) / n x = seq(a, b, h) i = 1 s=0 while (i <= n) { s = s + (f(x[i]) + f(x[i+1])) * (1/2) * h i = i + 1 } } s1</pre>

$\}$ $s1$ s $R = (s1 - s) / 15; R$	s $R = (s1 - s) / 3; R$

Пример 1. Необходимо найти чистый потребительский излишек, если индивидуальный спрос задан функцией $Q_d = \frac{\sqrt[3]{1 + \sqrt[5]{0.1(x+8)}}}{0.01(x+8)^{15} \sqrt[4]{0.01(x+8)^4}}$, и потребитель приобретает товар в количестве $Q = 5$.

Решение.

Чистый потребительский излишек составляет разницу между валовым излишком и расходами на покупку. Площадь под кривой спроса на участке $[0; 5]$ представляет собой валовый потребительский излишек. Расходы на покупку равняются произведению количества единиц товара на их цену. Код, реализующий данную последовательность действий методом Симпсона, имеет вид:

метод Симпсона

```
f = function(x) { ((1 + (0.1 * (x + 8))^(1/5))^(1/3)) / (0.01 * (x + 8) * (0.01 * (x + 8))^4)^(1/15) })
a = 0
b = 5
n = 20
h = (b - a) / n
x = seq(a, b, h)
snk = (f(x[1]) + f(x[n+1]))
s = 0
for (i in 2 : n) {
  if (i %% 2 == 0) { k = 4 }
  else { k = 2 }
  s = s + k * f(x[i])
}
s=((snk + s) * (1/3) * h) - 5 * f(5);s
```

В результате выполнения кода получаем, что чистый потребительский излишек равен 11,28425 денежным единицам.

Пример 2. Определить объем продукции, произведенный 4 рабочими за 10 часов работы, если производительность труда задана таблично.

Таблица 4. Динамика изменения производительность труда

t	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

$f(t)$	1,5	1,9	2,45	2,7	2,6	2,4	1,97	1,5	1,1	0,7	0,49

Решение.

Так как функция задана таблично, воспользуемся методом Симпсона численного интегрирования. Удобнее всего использовать готовый код на R. Объем продукции находится с помощью взятия определенного интеграла от функции производительности труда на временном промежутке. Для вычисления объема продукции, выпущенной четырьмя рабочими, нужно дополнить и изменить код.

Вводим вектор $\vec{f}$ с координатами равными значениям функции в каждый час, указываем значения a и b равные 0 и 10, соответственно, n будет иметь постоянное значение равное 10, так как промежуток уже разбит.

Последовательность t задавать нет смысла, так как можно обратиться к необходимому элементу вектора $\vec{f}$.

Для получения окончательного результата следует умножить $(snk + s) * (1/3) * h$ на четыре, так как объем продукции был произведён четырьмя рабочими. Используя представленный ниже код для метода Симпсона, получаем, что объем продукции равен 73.37333.

```
f = c(1.5, 1.9, 2.45, 2.7, 2.6, 2.4, 1.97, 1.5, 1.1, 0.7, 0.49)
```

```
a = 0
```

```
b = 10
```

```
n = 10
```

```
h = (b - a) / n
```

```
snk = ( f[1] + f[n+1] )
```

```
s = 0
```

```
for ( i in 2 : n ) {
```

```
  if ( i %% 2 == 0 ) { k = 4 }
```

```
  else { k = 2 }
```

```
  s = s + k * f[i]
```

```
}
```

```
s=4 * ( snk + s ) * ( 1/3 ) * h;s
```

Таким образом, применение численных методов интегрирования и разработанных кодов на языке R позволяет с высокой степенью точности находить решения задач, математическими моделями которых являются определенные интегралы, для которых подынтегральная функция задана сложной формулой или таблично.

Библиографический список

1. Васильков Ю.В., Василькова Н.Н. Компьютерные технологии вычислений в математическом моделировании: Учеб. пособие.- М.: Финансы и статистика, 2002.- 256с.
2. Гавриш Т. И., Станишевская Л. В. Применение определенного интеграла в экономических расчетах: Учебно-метод. пособие / Т.И. Гавриш, Л.В.Станишевская — Мн.: БГЭУ, 2017. — 59 с.
3. Пименов, В. Г. Численные методы в 2 ч. Ч. 1 : учебное пособие для вузов / В. Г. Пименов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 111 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10886-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://ezpro.fa.ru: 3217/bcode/492872> (дата обращения: 06.05.2022).

Научное издание

Актуальные проблемы теории и практики развития цифровой экономики региона

Сборник научных статей по материалам 8-й межрегиональной
научно-практической конференции молодых ученых
18 мая 2022 года, Калуга, Россия

Под редакцией В.А.Матчинова, О.Н.Сусяковой

Авторский компьютерный набор
Компьютерная верстка и подготовка оригинал-макета:
Сусякова О.Н.

Калужский филиал Финуниверситета
г. Калуга, ул.Чижевского,17
Тел.: (4842) 745443
E-mail: fa-kaluga@fa.ru
<http://www.fa.ru/fil/kaluga/about/Pages/default.aspx>

Формат 60×90/16. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс.
Усл. печ. л. 32,15

Подписано в печать: 18.05.2022. Тираж 500. Заказ № 1274
Отпечатано в типографии: ИП Карпов А.Н.
127055, Москва, а/я 46, Тел. (499) 638-27-50. Сайт: www.tirazhy.ru