

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

**Сборник статей по материалам
III Всероссийской научно-практической конференции
(21 ноября 2024 г.)**

Калуга, 2025

ББК 65.04
УДК 332.1
А 43

Печатается по решению
Организационного комитета конференции

Устойчивое развитие регионов в современных условиях модернизации финансово-экономического образования: сборник научных статей по материалам III Всероссийской научно-практической конференции (Калуга, 21 ноября 2024 г.) / под редакцией В.А. Матчинова, И.Г. Моисеевой. – Калуга, 2025. – 280 с.

ISBN 978-5-6053468-1-4

В сборник включены статьи по результатам работы III Всероссийской научно-практической конференции «Устойчивое развитие регионов в современных условиях модернизации финансово-экономического образования», прошедшей на базе Калужского филиала Финуниверситета 21 ноября 2024 года.

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

Материалы публикуются в авторской редакции.

© Авторы, 2025
© Финуниверситет, 2025

Содержание

Секция 1. Современные проблемы и направления развития учетно-информационной системы в коммерческих организациях в условиях санкций.....	6
<i>Анисимов И.А.</i> Финансовое здоровье россиян в 2024 году	6
<i>Антонян Л.Н.</i> Финансовая безопасность предприятия как ключевой фактор ее финансовой устойчивости.....	10
<i>Ерохина В.Н., Восканян М.Х.</i> Особенности анализа оборотных активов сельскохозяйственного предприятия на примере ООО «ЭКО ФЕРМА "КЛИМОВСКАЯ"»...	13
<i>Голубкова К.С.</i> Основные изменения налогового законодательства в части НДФЛ в 2024 году и планируемые изменения с 2025 года.....	17
<i>Гречишников Д.Ю.</i> Эволюция налогового законодательства: анализ последних изменений и их влияние на малый и средний бизнес.....	22
<i>Гуньков Я.В.</i> Развитие предпринимательских навыков через школьные проекты.....	25
<i>Иващенко В.В.</i> Учет и аудит расчётов с поставщиками и подрядчиками и направления их совершенствования.....	28
<i>Ицков А.Ю.</i> Актуальные вопросы учета готовой продукции в российских организациях....	32
<i>Ицков А.Ю.</i> Анализ операционных процессов как инструмент эффективного управления организацией.....	35
<i>Капитанова П.А.</i> Методические подходы к анализу оборотных активов коммерческой организации.....	38
<i>Кошелева Н.Ю.</i> Инвестиционная привлекательность коммерческих организаций в условиях санкционного давления.....	40
<i>Кошелченкова Д.И., Трудовая В.В.</i> Уровень закредитованности российского населения.....	44
<i>Кузина Н.С.</i> Использование SWOT-анализа для оценки финансового состояния организации (на примере ООО «МЕБЕЛЬ М»).....	47
<i>Лобач Ю.В.</i> Перспективы развития государственного финансового контроля в Российской Федерации для коммерческих компаний.....	52
<i>Логоватовский З.В.</i> Особенности стратегий на различных этапах жизненного цикла организации.....	55
<i>Лукьянченко М.С.</i> Анализ деятельности Счетной палаты Российской Федерации при осуществлении аудита цифрового развития и государственной поддержки предпринимательства.....	58
<i>Меркулова М.А.</i> Молодежное предпринимательство: тенденции развития и способы его государственной поддержки.....	61
<i>Падерина Д.В.</i> Организация и ведение учета на предприятиях малого бизнеса при упрощенной системе налогообложения.....	65
<i>Савкина А.А.</i> Основные направления оптимизации расходов организации.....	67
<i>Семина Е.А., Юрикова А.И.</i> Цифровизация под санкциями: 8 проблем, с которыми столкнулись ИТ-службы российских банков.....	70
<i>Сергутина К.М.</i> Исторические и теоретические аспекты формирования стратегии устойчивого развития предприятия.....	72
<i>Тищенко А.В.</i> Актуальные проблемы формирования федерального бюджета Российской Федерации.....	76
<i>Чепелева С.А.</i> Проблемы и перспективы развития коммерческих банков в условиях неопределенности и риска.....	82
Секция 2. Роль маркетинговых технологий в современной экономике.....	86
<i>Алёшина Д.С., Доброходова Е.А.</i> Нейромаркетинг: использование когнитивных наук для повышения эффективности рекламных кампаний.....	86
<i>Баев М.С.</i> Эволюция маркетинговых технологий и их влияние на формирование современной экономической парадигмы.....	90
<i>Дмитрук А.А.</i> Вирусный маркетинг – эффективный инструмент продвижения в	94

маркетинговой деятельности.....	96
<i>Жукова К.В.</i> Контент-маркетинг как способ продвижения.....	96
<i>Исмаилов А.Б.</i> Роль искусственного интеллекта в менеджменте.....	100
<i>Петрова Г.В.</i> Эволюция маркетплейсов: от предположения к массовой популярности.....	103
<i>Проняев Н.В.</i> Кластеризация потребителей как инструмент распознавания данных естественных групп.....	108
<i>Самодержженкова А.А.</i> Влияние цифрового маркетинга на потребительское поведение.....	111
<i>Семушкин Д.Ю.</i> Экономика внимания: как маркетинговые технологии борются за внимание потребителей и формируют новые модели ценности.....	114
Секция 3. Цифровизация и математическое моделирование в трансформации финансово-экономического образования.....	119
<i>Абрамова А.С.</i> Актуальные инструменты для защиты информационных систем.....	119
<i>Вельбык У.А.</i> Цифровая трансформация налоговой политики в России: тенденции и перспективы развития.....	121
<i>Герасимова А.Н.</i> Роль цифровизации в повышении финансовой грамотности и эффективности бизнес-информатики.....	124
<i>Горнова Н.А., Миронова А.В.</i> Динамический анализ показателей внешней торговли в условиях импортозамещения по Калужской области.....	128
<i>Игнахина Е.В.</i> О взаимосвязи средней заработной платы и цены на недвижимость в Калуге.....	132
<i>Ильин А.И.</i> Применение метода Монте-Карло для оценки вероятности достижения целевой доходности инвестиционного портфеля.....	136
<i>Карапетян А.Г. Варагян О.Г.</i> Оценка динамики развития Калужского региона в сфере туризма.....	139
<i>Косиков Н.Р.</i> Динамика доступности жилья на основе данных реальных и медианных доходов.....	143
<i>Несонова Н.И.</i> Численные методы решения уравнений и инструменты как средство решения финансово-экономических задач.....	146
<i>Прохорова А.С.</i> Прогнозирование клиентского потока организации ООО «Калужская клиника боли» на период 2024 года.....	149
<i>Сайфуллина А.Р.</i> Оценка эффективности работы страховой компании как системы массового обслуживания.....	152
<i>Симакова Е.М.</i> Внедрение цифровых технологий в деятельность организации.....	156
<i>Слепычина И.С.</i> Сезонный фактор в формировании цены на недвижимость.....	161
<i>Шершкова А.В., Слепычина И.С.</i> Использование методов теории вероятностей в социальных сетях: анализ и определение «вирусности» контента.....	165
Секция 4. Инновации в финансово-экономическом образовании как драйвер устойчивого развития региона.....	168
<i>Герасимова А.Н.</i> Обеспечение сбалансированности субфедеральных бюджетов.....	168
<i>Глякова А.А., Гордеева М.Д.</i> Тенденции развития механизма несостоятельности (банкротства) физических лиц.....	171
<i>Глякова А.А.</i> Оценка качества управления бюджетом Калужской области.....	176
<i>Денисова Е.Д.</i> Оценка эффективности реализации государственных программ в Калужской области.....	181
<i>Зайцев М.С.</i> Влияние цифрового рубля на предпринимательскую деятельность и трансформирование бизнес – процессов.....	184
<i>Романюк В.Г.</i> Бюджетная политика современной России как инструмент развития экономики.....	189
<i>Семина Е.А., Юрикова А.И.</i> Финансовое образование в эпоху цифровизации: тренды, о которых нужно знать.....	193
<i>Устинов А.И.</i> Инвестиционный климат регионов России и проблемы его улучшения.....	197
Секция 5. Роль предпринимательской деятельности в финансово-экономическом образовании и развитие предпринимательской грамотности.....	202

Бельчиков Я.О. Организационно-экономическая характеристика деятельности предприятия.....	202
Денисова Е.Д., Богатов А.В. Предпринимательская грамотность и её актуальность для ведения бизнеса.....	205
Бочкин Е.А. Достижение стратегических целей за счёт совершенствования мотивации персонала.....	208
Голиков Н.Е. Банкротство физических лиц как основа финансовой грамотности для населения.....	211
Игнахина Е.В. Рекомендации по развитию и мотивации сотрудников на основе опроса степени их удовлетворенности.....	215
Кич А.В. Применение основ предпринимательской грамотности в продвижении нового товара на рынке.....	218
Нечаева А.М. Закон Якоба Нильсена как инструмент, повышающий эффективность использования цифровых платформ в управлении пользовательским опытом.....	222
Пономарева А.П. Анализ взаимодействия со стейкхолдерами в рамках предпринимательской деятельности.....	227
Савельева Е.Н., Тарасова А.А. Роль семейного бизнеса в формировании предпринимательской грамотности у подростков.....	230
Таенчук Я.Ю. Понимание и развитие предпринимательских компетенций как основа успешного бизнеса.....	234
Титова А.А. Социальное предпринимательство в России и перспективы его развития.....	238
Секция 6. Национальная стратегия повышения финансовой грамотности проблемы и перспективы до 2030 года.....	241
Бессонов М.А., Ткачева С.В. Цифровизация в налоговых органах Российской Федерации.....	241
Бессонов М.А., Ткачева С.В. Национальные проекты: критерии успешности.....	244
Варагян О.Г. Денежно-кредитная политика России в условиях глобализации.....	247
Восканян М.Х., Харитонов Е.А. Валютный курс как инструмент регулирования внешнеэкономической деятельности России.....	250
Гончар Н.В. Защита прав потребителей финансовых услуг как ключевая составляющая повышения уровня финансовой грамотности населения Российской Федерации.....	253
Дегтярева Д.Д. Защита наследства: роль финансовой грамотности в предотвращении споров и мошенничества.....	257
Карапетян А.Г. Финансовая грамотность: основа эффективного управления личными финансами.....	260
Петрова Г.В. Финансовые игры как фактор вовлечения студентов в образовательный процесс.....	264
Прохорова Е.Д. Финансовая культура – путь к устойчивому финансовому благополучию населения.....	268
Тришина М.Д. Анализ динамики преступности в сфере финансового мошенничества.....	272
Резакова О.А. Особенности телефонного мошенничества с использованием мессенджеров.....	275

Секция 1. Современные проблемы и направления развития учетно-информационной системы в коммерческих организациях в условиях санкций

УДК 336

ФИНАНСОВОЕ ЗДОРОВЬЕ РОССИЯН В 2024 ГОДУ

Анисимов И.А., магистрант 1-го курса
Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье рассматриваются направления стратегического развития финансовой грамотности в Российской Федерации, а также ее ключевые цели и задачи в рамках реализации. Проанализирован текущий показатель уровня финансового здоровья россиян, а также тенденции его субиндексов в настоящий момент и в динамике последних 5 лет.

Ключевые слова: финансовая грамотность, финансовое здоровье, индекс финансовой грамотности, повышение финансовой грамотности, стратегическое развитие.

FINANCIAL HEALTH OF RUSSIANS IN 2024

Anisimov I.A. 1st year undergraduate student
Scientific supervisor: N.N. Gubernatorova, Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The article discusses the directions of strategic development of financial literacy in the Russian Federation, as well as its key goals and objectives within the framework of implementation. The current indicator of the level of financial health of Russians is analyzed, as well as the trends of its sub-indices at the moment and in the dynamics of the last 5 years.

Keywords: financial literacy, financial health, financial literacy index, improving financial literacy, strategic development.

На сегодняшний день денежные средства для жителей Российской Федерации имеют одно из первостепенных значений, когда абсолютно каждый человек стремится обрести финансовую независимость. Достижение данной цели может реализовываться различными способами, начиная со стремления усердно и качественно выполнять свой настоящий рабочий функционал с целью дальнейшего продвижения по карьерной лестнице и, заканчивая вовлечением в современную бизнес-среду в статусе самозанятого или индивидуального предпринимателя. В обоих случаях ключевой мотивацией выступает масштабирование своих доходов, однако, помимо целеустремленности к заработку для повышения своего финансового состояния необходимо также и уметь грамотно распоряжаться своими финансовыми средствами, что зачастую является гораздо большей проблемой, чем найти способ заработать.

Актуальность рассматриваемой тематики обуславливается тем фактом, что цель научить людей грамотно распределять свои денежные ресурсы за последние несколько лет была вынесена в федеральные масштабы и на данный момент является одной из государственных целей, на которую заложена отдельная национальная стратегия. В рамках реализации данной стратегии было выполнено и запланировано огромное количество различных мероприятий, каждое из которых направлено на повышение уровня финансовой грамотности населения и, как следствие, повышения индикатора финансового здоровья по всем жителям России в целом. Подобное стремление детерминируется не только необходимостью повысить показатель общего уровня жизни населения РФ за счет стимулирования более грамотного подхода к работе с деньгами, но и ряде иных, более точечных факторов, например: борьба с финансовой цифровой преступностью не только силами компетентных специалистов, но и личной осознанностью граждан; стимулирование к накоплениям, особенно актуальным с учетом актуальной на сегодня экономической и политической дестабилизацией; повышение степени просвещенности в существующих финансовых продуктах и наиболее эффективных способах их применения и др.

Как уже было отмечено выше, повышение финансовой грамотности – государственный стимул, имеющий официально закреплённую нормативно-правовую базу в виде распоряжения Правительства РФ от 24.10.2023 № 2958-р. Ключевой целью, заложенной как ожидаемый результат от стратегических мероприятий, является формирование у максимально возможного количества людей базовых установок в области грамотного использования финансовых ресурсов, а также общее повышение уровня финансовой культуры населения. Среди основных направлений повышения финансового здоровья граждан, которые заложены в стратегическое развитие, можно выделить:

1) Распространение практики мониторинга, контроля и планирования людьми своих доходов и расходов;

2) Привлечение граждан к формированию долгосрочных сбережений и «финансовой подушки» на случай непредвиденных обстоятельств, а также с целью возможности обеспечения долгосрочного планирования;

3) Трансляция финансовой культуры и ценностных установок по распоряжению финансами в ежедневный обиход граждан;

4) Формирование доверительного отношения жителей страны к финансовому рынку и продуктам, предлагаемым в рамках его функционирования;

5) Обеспечение финансовой безопасности граждан путем максимального повышения степени информированности граждан о возможных мошеннических финансовых махинациях, а также о действиях, которые необходимо предпринимать в случае прямого или косвенного столкновения с ситуациями финансового обмана;

6) Становление осознанного финансового поведения российских граждан с помощью осуществления массового информирования о выгодных финансовых продуктах на рынке, актуальных способах реализации финансовых операций, расширения положительного опыта от использования финансовых услуги др. [2].

Конечно, описанные выше задачи не являются единственными, но, исходя именно из них, и реализуются конкретные действия, которые влияют на сознательное отношение граждан к деньгам и на уровень их финансового здоровья. Так, на территории Российской Федерации было реализовано огромное количество разномасштабных проектов, например телевизионный культурно-массовый проект «Финкод», совместно разработанный Правительством Приморского края и Дальневосточным Главным управлением Банка России и, на данный момент, транслирующийся на официальном региональном канале ОТВ. Ключевой целью проекта было освещение финансовых аспектов будничной жизни граждан через развлекательный и ненавязчивый формат легкой телепередачи. В рамках еженедельных программ ведущих и приглашённые гости (как должностные лица, так и обычные жители) в ходе диалога, проходящего в комплексе непринуждённой юморной беседы с короткими интерактивными заданиями, обсуждают различные темы от способов учета собственных доходов и расходов до принципов эффективного инвестирования. Также, в качестве альтернативного примера, можно привести проект «Ярмарка повышения финансовой грамотности людей старшего поколения», разработанного и профинансированного руководителем составом банка «Кубань». Ключевой аудиторией проекта, исходя из названия, являются люди предпенсионного и пенсионного возраста, которые, в привычной «житейской» обстановке в формате чаепития обсуждают с приглашёнными спикерами вопросы, связанные с пенсионным и налоговым законодательством, мерами социальной и финансовой поддержки пожилых людей, действиями мошенников и т.д. За последние 7 лет, с момента вступления в силу первой стратегии о повышении финансовой грамотности, на территории Российской Федерации было реализовано более 100 разноплановых проектов, каждый из которых был предусмотрен на освещение конкретных тематик/направлен на определённый половозрастной сегмент/ориентирован на различные территориальные единицы и т.д., что, конечно, в значительной степени повлияло и по сей день продолжает оказывать влияние на уровень финансового здоровья населения.

В рамках рассмотрения уровня финансового здоровья населения России ключевым показателем, формирующим конкретное числовое значение, является индекс финансовой грамотности, измеряющийся по шкале от 1 до 21 баллов, где 1 балл – полное отсутствие понимания и навыков в области взаимодействия с денежными средствами, а 21 балл – максимальное значение, означающее полную ориентированность и ежедневное применение навыков в области финансовой грамотности. На 1 ноября 2024г. данный показатель составил 12,77 баллов, что, в динамике с прошлыми годами показывает стабильный уровень, колеблющийся в

минимальных отклонениях – в 2023 и 2022гг. индекс составлял 12,79 баллов, в 2021г. – 12,6 баллов (сниженный показатель за 2024г. обуславливается тем, что индекс рассчитан не за целый календарный год, а за прошедшие 10 месяцев, т.е., вероятнее всего, на 31.12.2024 индекс будет идентичен показателям двух прошедших лет). Так, можно сказать, что за последние 3 отчетные года уровень финансового здоровья обрел стабильность, что говорит о наличии положительных тенденций ввиду постоянных дестабилизационных ситуаций в национальной экономике, а также динамичными корректировками и усложнениями на финансовом российском рынке. При расчете индекса финансовой грамотности в рамках проводимого анализа выделяются 3 группы населения: люди с высоким/средним/низким уровнем финансовой грамотности, соотношение которых в динамике представлено на рисунке 1 [1]:

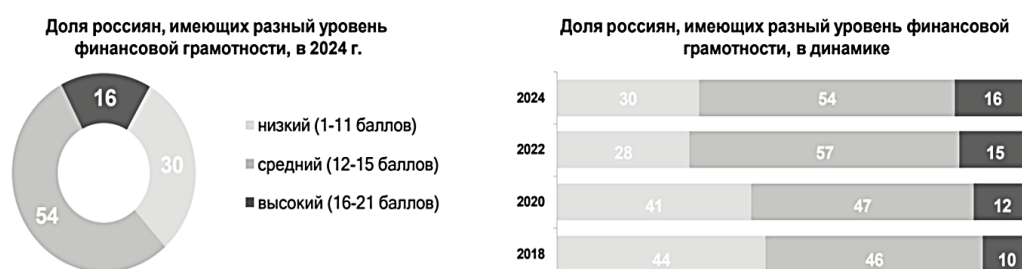


Рисунок 1. Группы россиян по уровню финансовой грамотности

Так, опираясь на представленный выше рисунок, можно отметить, что подавляющая часть российских граждан на 2024г. (около 54%) имеет средний уровень финансовой грамотности, что, по сравнению с предыдущими годами, является положительным показателем (с 2018 по 2024гг. рост категории составил ~17,3%). Низким показателем финансовой грамотности на 2024г. обладает около 30% жителей Российской Федерации, что, конечно, является не самой оптимистичной цифрой, но, при этом, имеет довольно развитый потенциал – по сравнению с 2018г. доля россиян с низким уровнем финансовой грамотности уменьшилась на ~31%). Категория населения с высоким уровнем финансовой грамотности до сих пор остается самой малочисленной, однако имеет значительный прирост по сравнению с периодом старта запуска стратегии по финансовой грамотности – так, с 2018г. по 2024г. виден рост в 60%.

Обратимся в рассмотрение показателя финансового здоровья россиян более углубленно. Индекс финансовой грамотности населения, упоминаемый ранее, состоит из трех субиндексов, сумма которых и позволяет сделать точную числовую оценку:

1) Финансовые знания – определяет базовый уровень понимания населением работы ключевых экономических процессов, влияющих на финансовую обстановку, а также ориентирования в классических финансовых продуктах.

Уровень данного субиндекса в 2024г. составил 4,27, что, в сравнении с прошлыми годами имеет нестабильную динамику, но, при этом, является не низким показателем в соотношении относительных нормативов. [1] Нестабильность субиндекса можно объяснить достаточной резкостью, присутствующей на российском финансовом рынке: постоянное появление новых финансовых продуктов и изменение принципа работы и использования уже существующих, распространение новых видов финансового мошенничества, почти периодическая корректировка ключевой ставки и, как следствие, процентов по кредитным программам, вкладам, займам и т.д. В рамках области финансовых знаний около 79% людей имеют понимание в расчетах процентов по краткосрочным и долгосрочным займам, около 47% умеют рассчитывать простые и сложные процентные начисления на вклады и 80% понимают взаимосвязь риска и доходности личных финансовых средств;

2) Финансовые навыки – субиндекс отражает умение населения принимать и осуществлять базовые финансовые решения в области личного распоряжения, а также в рамках взаимодействия с финансовыми организациями.

Уровень субиндекса финансовых навыков на 2024г. составил 5,59 баллов. Данная оценка сложилась из следующих результатов проводимых социологических опросов и исследований: 63% россиян в той или иной форме ведут семейный бюджет (хоть и 40% из которых ведут данный учет «в уме»), 81% ответственно планируют покупки дифференцированной стоимости с учетом просчетов потенциальных доходов и расходов, 75% осуществляют мониторинг и контроль за своими личными финансами (опять же, либо «в уме», либо с помощью письменных пометок, либо

с помощью специализированных цифровых приложений), 56% имеют долгосрочные финансовые цели (около 37% копят денежные средства с помощью банковских продуктов, оставшиеся 19% предпочитают старый метод накопления наличных денежных средств). Также, в рамках финансовых навыков изучается и формирование, так называемой, финансовой подушки безопасности – около 71% жителей с начала 2024г. совершали действия по сбережению денег различными способами (рис. 2) [1]:



Рисунок 2. Результаты социологического опроса о методах формирования финансовой подушки безопасности жителями РФ

Так, опираясь на представленные выше данные, можно сделать вывод, что безцелевое накопление денежных средств граждане в равной степени (~30%) осуществляют через банковские карты и через складирование в домашних условиях наличных денежных средств. Около 21% людей используют специализированные банковские продукты для накоплений (что на сегодняшний день, на самом деле, является относительно небольшой долей). Наименьшее количество людей предпочитают формировать личную подушку безопасности через инвестиционные вложения в различные активы;

3) Финансовые установки – субиндекс ориентирован на анализ поведения и отношения населения в области долгосрочных финансовых целей. Показатель на 01.11.2024 составил 2,91 и имеет достаточно очевидный прирост в динамике прошедших лет (в 2018 и 2020 гг. индекс составлял 2,79, в 2022г. 2,86). Наиболее популярными финансовыми установками российских жителей, выявленными на 2024г. являются: стремление к планированию и несогласие с устремлением «жить одним днем» – около 48% граждан, ориентир на долгосрочные сбережения и отсутствие тяги к необдуманной трате денег – около 33% граждан, с утверждением «деньги нужны для того, чтобы их тратить» не согласны около 14% граждан, т.е., в совокупности, можно сделать вывод, что, суммарно, 95% жителей Российской Федерации на 2024г. имеют финансовые установки, действительно соответствующие финансовой грамотности, а не мимолетным желаниям потратить денежные средства [1].

В заключение, можно сделать вывод, что уровень финансового здоровья россиян в 2024г. в рамках количественных показателей не имеет каких-либо масштабных изменений в положительную или отрицательную сторону, однако, при этом, очевидна разница в мышлении российских жителей, росту устремлений к ведению накоплений и учету своих денежных средств и др. Так, благодаря реализуемой стратегии по повышению финансовой грамотности, финансовое здоровье россиян в течение 5 последних лет значительно увеличилось даже несмотря на многочисленные турбулентные ситуации в российской экономике, что еще больше подтверждает эффективность и практическую необходимость развития финансово-грамотных проектов на территории нашего государства.

Библиографический список

1. Аналитический центр НАФИ [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://nafi.ru/> (Дата обращения: 06.11.2024).
2. Центральный Банк РФ [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://cbr.ru/> (Дата обращения: 06.11.2024).

УДК 338

ФИНАНСОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР ЕЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

*Антонян Л.Н., магистрант 1-го курса
Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье рассматриваются ключевая сущность финансовой безопасности организации, а также факторы, оказывающие влияние на ее обеспечение. Изучены способы выявления текущего уровня финансовой безопасности организации, а также ее уровни и их содержательная характеристика. Сделаны выводы о взаимосвязи финансовой безопасности организации и ее финансовой устойчивости на рынке.

Ключевые слова: финансовая безопасность, финансовая устойчивость, финансовые показатели, финансовые риски, операционная деятельность, финансовый анализ.

FINANCIAL SECURITY OF AN ENTERPRISE AS A KEY FACTOR OF ITS FINANCIAL STABILITY

*Antonyan L.N. 1st year undergraduate student
Scientific supervisor: N.N. Gubernatorova, Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The article examines the key essence of the financial security of an organization, as well as the factors influencing its provision. The methods of identifying the current level of financial security of an organization, as well as its levels and their meaningful characteristics, are studied. Conclusions are drawn about the relationship between the financial security of the organization and its financial stability in the market.

Keywords: financial security, financial stability, financial indicators, financial risks, operational activities, financial analysis.

В современных условиях развития российской экономики, когда национальная экономическая арена функционирует в условиях высокой степени неопределенности, ограничиваемая при этом общей мировой экономической и политической напряженностью, все действующие на российском рынке организации стремятся обеспечить максимальную степень своей финансовой устойчивости посредством постоянного проведения ряда оптимизационных мероприятий по различным направлениям реализуемых бизнес-процессов с целью достижения и дальнейшего поддержания оптимального баланса финансовых активов организации, при котором она будет способна выполнять свои текущие обязательства, при этом имея запас долгосрочных финансовых средств на последующие периоды. Одним из направлений обеспечения такого уровня устойчивости является отслеживание уровня финансовой безопасности предприятия, т.к. именно данный блок взаимодействия с финансами организации позволяет контролировать не только влияние угроз со стороны внешней среды на внутренние денежные потоки, но и динамику реагирования организации на возникновение данных угроз.

Актуальность рассматриваемой тематики обуславливается тем, что финансовая безопасность организации очень тесно взаимосвязана с общей экономической безопасностью, что определяет довольно четкую созависимость между общей экономической безопасностью государства и точечной финансовой безопасностью каждого отдельного хозяйственного субъекта. И в современных реалиях, когда угрозы, исходящие от мирового экономического и политического сообщества в виде санкционной политики, импортных и экспортных отказов, нестабильности курса российской валюты и иных вариациях, вынуждают российские предприятия в значительной степени адаптировать свою деятельность под новые условия рынка, вопрос об обеспечении безопасности при условии поддержания эффективной операционной деятельности становится все более востребованным к реализации.

Рассматривая финансовую безопасность с теоретической точки зрения, обратимся к базовой терминологии. Так, финансовая безопасность предприятия представляет собой текущее и прогнозное финансовое состояние организации, при котором она способна стабильно функционировать в заданных экономических условиях, выполнять свои краткосрочные и долгосрочные обязательства, осуществлять текущую операционную деятельность при существующих расходных и доходных статей. Среди факторов, оказывающих ту или иную степень влияние на финансовую безопасность действующего российского предприятия независимо от масштабов его деятельности, можно выделить 2 крупных блока: внешние факторы, обусловленные угрозами от общеэкономической ситуации, и внутренние факторы, обусловленные спецификой работы каждой отдельной финансово-хозяйственной единицей(рис. 1) [1, с. 60-63]:



Рисунок 1. Факторы влияния на финансовую безопасность предприятия

Таким образом, опираясь на представленную выше схему, можно отметить, что для обеспечения финансовой безопасности руководительскому составу предприятий и соответствующим отделам, чей функционал связан с указанными факторами, необходимо детализировать акцент внимания не только на динамике внешней среды, но и на внутренние бизнес-процессы, т.к. неэффективная организационная структура денежных потоков и политики ведения расходов изначально формирует заведомо проигрышный базис, на котором невозможно обеспечить требуемый уровень финансовой безопасности организации, тем самым понижая степень финансовой устойчивости на рынке в целом.

Для поддержания соответствующего уровня финансовой безопасности предприятия руководительскому составу необходимо комплексно отслеживать состояние общих финансовых показателей деятельности, начиная с ориентировки по состоянию кредиторской и дебиторской задолженности и заканчивая детализированным риск-менеджментом, отслеживающим текущие и предположительные к возникновению риски. Среди базовых мероприятий, которые фундаментально необходимы для понимания степени безопасности и финансовой обеспеченности предприятия в режиме реального времени, можно выделить:

– финансовый анализ по показателям, обеспечивающим критерии финансовой безопасности предприятия, а именно: текущая ликвидность, финансовая устойчивость, рентабельность основной деятельности, оборачиваемость дебиторской и кредиторской задолженностей, оптимальная стоимость капитала, темпы роста прибыли/выручки/совокупных активов. При проведении анализа наиболее простой формой будет являться просчет всех перечисленных ранее показателей и в случае, если получившиеся индикаторы соответствуют предельным нормативным значениям, то можно отметить о положительном состоянии финансовой безопасности предприятия. В противном

случае, необходимо более детально анализировать показатели, превышающие или значительно ниже нормативный уровень и выявлять причину образовавшегося финансового пробела;

– риск-менеджмент деятельности организации, в рамках которого изучаются существующие финансовые и нефинансовые риски, а также степень их влияния на деятельность предприятия в текущем и перспективном периодах. К анализу из финансовых рисков, как правило, прилагаются инфляционный риск, валютный риск, риск платежеспособности, инвестиционный риск, кредитный риск и др.; из нефинансовых рисков анализируются бухгалтерский риск, регуляторный риск, кибер-риск, репутационный риск и др. В рамках управления выявленными рисками предполагается использование таких методологических способов, как избежание (полное исключение риска), хеджирование (нейтрализация через деривативы), лимитирование (ограничение операционных действий с целью минимизации степени возникновения риска), диверсификация (разделение рисков), резервирование (формирование резервных ресурсов для дальнейшего исправления последствий от реализации риска), страхование (покрытие рисков расходов путем получения страховых выплат).

По итогам проводимых мероприятий формируется итоговый вывод, определяющий уровень финансовой безопасности предлагаемого к анализу предприятия:

1. Нормальный уровень (характеризуется сходством фактических и нормативных показателей, задействованных в анализах, представленных ранее. Показывает оптимальный уровень финансовой безопасности, когда организация в состоянии выполнять все свои обязательства без привлечений сторонних денежных средств (или с их минимальным привлечением));

2. Предкризисный уровень (характеризуется частичным отклонением фактических показателей от нормативов, частичное снижение финансовой устойчивости предприятия ввиду нецелесообразных трат, отсутствия своевременных расчетов с контрагентами, низкого уровня защищенности имеющихся рисков и др. Показывает необходимость точечной проработки областей, в которых финансовые показатели показали наличие проблематики);

3. Кризисный уровень (характеризуется комплексной неудовлетворительной картиной в области финансовых показателей в текущем периоде, а также рассмотрении их динамики относительно предшествующих лет. Фиксируется производство либо в рамках точки безубыточности, либо полностью убыточная операционная деятельность, за счет чего отсутствует стабильный денежный прибыльный поток и появляется невозможность рассчитываться по текущим обязательствам. Показывает необходимость переориентировки производственных показателей и бизнес-процессов, необходимость корректировки стратегического поведения фирмы, изменение плановых показателей и видоизменение устоявшегося взаимодействия с внешними субъектами (клиентами, поставщиками, контрагентами));

4. Критический уровень (характеризуется, аналогично названию, критическому уровню всех финансовых показателей, реализация убыточной финансово-хозяйственной деятельности, работа организации в «минусовое» состояние. Показывает необходимость принятия переломных решений: инициация банкротства, слияние, присоединение) [2, с. 54-58].

В случае, когда уровень финансовой безопасности организации еще позволяет предпринять какие-либо меры, необходимо разрабатывать стратегические действия по повышению финансовой безопасности организации, т.е., фактически, определять стратегическое поведение организации, исходя из текущего финансового положения, ключевых ориентиров деятельности, наличия или отсутствия возможности привлечения дополнительных средств или материальных мер поддержки и др., т.е. значение стратегии обеспечения финансовой безопасности предприятия состоит в обеспечении непрерывности его хозяйственной деятельности с наличием базовых финансовых возможностей выполнять необходимые нормативные условия функционирования.

Таким образом, можно сказать, что финансовая безопасность российских организаций неразрывно связана с их финансовой устойчивостью, т.к. обе данные характеристики, во-первых, завязаны на ключевых финансовых показателях деятельности, за счет которых обеспечивается нормализованная работа всех внутренних бизнес-процессов, а во-вторых, нацелены на одну и ту же генеральную цель – обеспечение прибыльности работы организации и обеспечения необходимого уровня конкурентоспособности для удержания на нестабильном и динамичном в своих проявлениях рынке, что обеспечивается за счет постоянного проведения комплексных исследований как точечных областей хозяйственной деятельности, так и общего финансового состояния.

Библиографический список

1. Губернаторова Н.Н. Финансовая безопасность: учебное пособие / Н.Н. Губернаторова. Москва: КноРус, 2021. 181 с.
2. Шашло Н.В. Трансформация антикризисной стратегии в системе обеспечения финансовой безопасности: монография / Н.В. Шашло, И.А. Денисенко, А.А. Кузубов, А.А. Котесова. Москва: Русайнс, 2024. 103 с.

УДК 338

ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ОБОРОТНЫХ АКТИВОВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО "ЭКО ФЕРМА "КЛИМОВСКАЯ"

Ерохина В.Н., к.э.н., доцент кафедры "Учет и менеджмент"

Восканян М.Х., бакалавр 3-ого курса

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. Изучение экономической ситуации на предприятии через комплексный анализ дает возможность получить полноценную картину финансового состояния и управленческой работы, что является основой для принятия стратегических решений, способствующих росту бизнеса. Анализ оборотных активов является ключевым элементом в оценке торговых предприятий, так как он позволяет точно определить текущее положение дел и выбрать оптимальные управленческие стратегии, которые помогут вывести компанию на новый уровень развития. В статье подчеркивается важность изучения оборотных активов как центрального элемента экономического анализа торговых предприятий и предлагает применять специальную методику анализа, включающую общую оценку деятельности компании, анализ состава, динамики и структуры оборотных активов.

Ключевые слова: экономический анализ, бухгалтерская (финансовая) отчетность, оборотные активы, классификация оборотных активов, особенности экономического анализа, сельскохозяйственное предприятие.

PECULIARITIES OF ANALYZING CURRENT ASSETS OF AGRICULTURAL ENTERPRISE ON THE EXAMPLE OF "ECO FARM "KLIMOVSKAYA" LTD.

Erokhina V.N., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of "Accounting and Management"

Voskanyan M.Kh., Bachelor of the 2nd course

Kaluga branch of Finuniversity, Kaluga, Russia.

Annotation. Studying the economic situation at an enterprise through a comprehensive analysis makes it possible to obtain a complete picture of the financial condition and management work, which is the basis for making strategic decisions that contribute to business growth. The analysis of current assets is a key element in the assessment of trading enterprises, as it allows you to accurately determine the current state of affairs and choose the optimal management strategies that will help bring the company to a new level of development. The article emphasizes the importance of studying current assets as a central element of the economic analysis of trading enterprises and suggests using a special analysis methodology that includes a general assessment of the company's activities, analysis of the composition, dynamics and structure of current assets.

Keywords: economic analysis, accounting (financial) statements, current assets, classification of current assets, features of economic analysis, agricultural enterprise.

В целях действующего Федерального закона N 264-ФЗ производителями сельскохозяйственных товаров признаются организации и индивидуальные предприниматели, которые осуществляют производство сельскохозяйственной продукции (в том числе органической продукции, сельскохозяйственной продукции и продовольствия с улучшенными характеристиками), ее первичную и последующую (промышленную) переработку (в том числе на арендованных основных средствах) в соответствии с перечнем, утверждаемым Правительством Российской Федерации, и реализацию этой продукции при условии, что в доходе сельскохозяйственных товаропроизводителей от реализации товаров (работ, услуг) доля дохода от реализации этой продукции составляет не менее чем семьдесят процентов за календарный год [1]. Из определения, представленного выше, следует, что организация может быть признана производителем сельскохозяйственной продукции только в том случае, если она выполняет полный цикл работ: производство, переработка продукции, реализация сельскохозяйственной продукции не для личного использования, а строго для реализации продажи продукции.

Для улучшения управления оборотными активами необходимо усвоение основы их теории. Оборотные активы — это активы, которое сейчас используется в производственном процессе, а также для выполнения каких-либо работ и оказания услуг, для управления собственным имуществом и осуществления других видов деятельности, в течение 12 месяцев. Данное определение следует из приказа Минфина России от 02.07.2010 N 66н.[2]. Знание отличительных свойств формирования и использования оборотных средств позволяет предприятию обеспечить стабильность и высокие показатели деятельности организации, что даёт позитивный эффект для финансового положения организации, приводит к увеличению доходов и эффективности производства, а также создаёт условия для укрепления и обновления материально-технической базы. К вышеперечисленному также можно добавить, что необходимые знания в данной области позволяют минимизировать риски организации.

Анализ экономической эффективности оборотных средств позволяет объективно и полноценно оценить работу компании, а также помогает принимать правильные решения в области управления организации, способствующие развитию организации на новом положительном уровне.

В рамках исследований ученых и других специалистов, классификация оборотных активов многоаспектна. Оборотные активы подлежат согласно определенным критериям следующим классификациям: по характеру финансовых источников формирования, по видам, по характеру участия в операционном процессе, по периоду функционирования и т.д. (Рис.1).

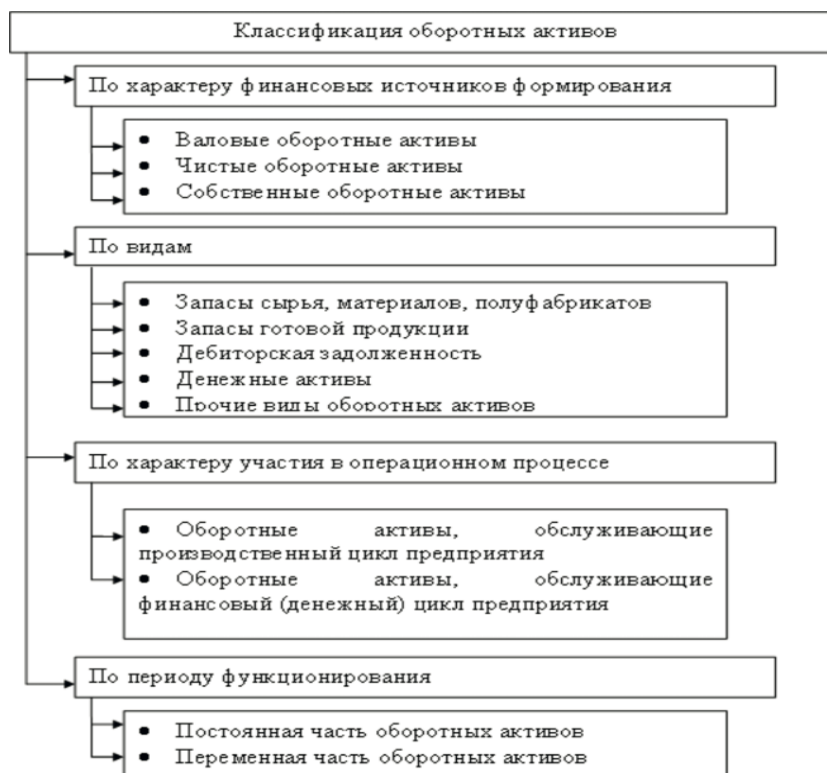


Рисунок 1. Классификация оборотных активов

Классификация оборотных активов представляет собой важный элемент не только в системе бухгалтерского учета, но и в финансовой отчетности. В бухгалтерском балансе оборотных активов отражаются в обобщенном виде, включая категории, такие как запасы, дебиторская задолженность, финансовые инвестиции и денежные средства. Однако до 2011 года, в бухгалтерском балансе статья "Запасы" демонстрировалась в более конкретной форме, такой как «Сырье, материалы и другие аналогичные ценности», «Животные на выращивании и откорме», «Затраты в незавершенном производстве», «Готовая продукция и товары для перепродажи», «Товары отгруженные», «расходы будущих периодов», «Прочие запасы и затраты», что позволяло проводить качественный анализ состава наиболее ликвидной части имущества. Помимо этого, дебиторская задолженность делится на краткосрочную и долгосрочную, что определяло сроки погашения обязательств организации.

Особенности анализа оборотных активов зарубежных и отечественных ученых отличается в следующем: анализ оборотных активов в отечественной теории направлен на внутренних пользователей организации и чаще всего в нём применяют традиционные методы анализа, также анализ проводится в основном в таких категориях как: денежные активы организации, дебиторская задолженность и материально-оборотные средства, а в зарубежной теории анализ направлен на внутренних пользователей и внешней информации организации, на основе более современных методов анализа, таких как анализ эффективности управления оборотных активов, показателей ликвидности, рентабельности, платежеспособности и деловой активности.

Проведем оценку состояния оборотных активов сельскохозяйственного предприятия по методике отечественной и зарубежной практики. Для примера возьмем сельскохозяйственное предприятие ООО ЭКОФЕРМА «Климовская», которая зарегистрирована на территории Калужской области в январе 2011 года. Основной деятельностью компании является производство и поставка качественного племенного продуктов на свиноводческие фермы.

Для данного предприятия сделаем сначала анализ по отечественной теории исследования оборотных активов: дадим оценку состава, размера и структуры оборотных активов организации с использованием одного из классификационного вида экономического анализа — по методикам изучения объекта анализа (структурно-динамический анализ) и сделаем вывод исходя из расчетов организации. Денежные активы организации включают в себя сумму денежных средств, денежных эквивалентов и краткосрочные финансовые вложения. Материально-оборотные средства организации получены из суммы запасов, налога на добавленную стоимость по приобретенным ценностям и прочих оборотных активов.

Таблица 1 – Состав, размер и структура оборотных активов

Показатели (виды оборотных активов)	2020 год		2021 год		2022 год		Изменение (±) показателей отчетного года от показателей:					
	т.р.	стр, %	т.р.	стр, %	т.р.	стр, %	Базисного года			Предыдущего года		
							т.р.	%	по стр.	т.р.	%	по стр.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Всего оборотных активов, из них:	186865	100	221903	100	155179	100	-31686	-16,96	—	-66724	-30,07	—
Денежные активы	47033	25,17	54209	24,43	35248	22,7 1	-11785	-25,06	-2,46	-18961	-34,98	-1,72
Дебиторская задолженность	25324	13,55	24336	10,97	9846	6,34	-15478	-61,12	-7,21	-14490	-59,54	-4,63
Материально- оборотные средства	114508	61,28	143358	64,60	110085	70,9 4	-4423	-3,86	9,66	-33273	-23,21	6,34

Исходя из данной таблицы, сравнив каждый показатель, можно сделать вывод, что оборотные активы организации за последний год имеют стабильную отрицательную тенденцию снижения. В частности денежные активы организации по сравнению с базисным годом, снизились более чем на 11700тыс.руб (или почти на 25%) и по сравнению с предыдущим годом, снизились более чем на 18900тыс.руб (или почти на 34%), на это повлияло снижение объема производства. Дебиторская задолженность организации по сравнению с базисным годом, снизилась более чем на 15400тыс.руб (или почти на 61%) и по сравнению с предыдущим годом, снизилась более чем на 14400тыс.руб (или почти на 59%), что связано со сложной финансовой обстановкой в экономической стране и в точности сельскохозяйственной отрасли. Материально-оборотные средства организации по сравнению с базисным годом, снизились более чем на 4400тыс.руб (или почти на 3%) и по сравнению с предыдущим годом, снизились более чем на 33200тыс.руб (или почти на 23%), на это повлияло сокращение запасов. Изменения также произошли и в структуре видов оборотных активов. Данная динамика оборотных активов оказывает характеристику для сельскохозяйственной организации, с влиянием на оценку деловой активности, так как быстрые оборачиваемые средства организации влияют на финансовую устойчивость и эффективность экономической деятельности предприятия.

Теперь проведем анализ по зарубежной теории: проанализируем показатели оборачиваемости оборотных активов и видов оборотных активов с расчетом коэффициента

оборачиваемости, коэффициента закрепления и продолжительности оборота дня и сделаем вывод исходя из расчетов организации.

Таблица 2 – Показатели оборачиваемости оборотных активов

Показатели	2020 год	2021 год	2022 год	Изменение ($\pm$) показателей отчетного года от показателей:			
				Базисного года		Предыдущего года	
				По абсолютной величине	%	По абсолютной величине	%
1	2	3	4	5	6	7	8
Выручка (тыс.руб)	241545	253086	255122	13577	5,62	2036	0,80
Всего оборотных активов (тыс.руб), из них:	186865	221903	155179	-31686	-16,96	-66724	-30,07
Денежные активы (тыс.руб)	47033	54209	35248	-11785	-25,06	-18961	-34,98
Дебиторская задолженность (тыс.руб)	25324	24336	9846	-15478	-61,12	-14490	-59,54
Материально-оборотные средства (тыс.руб)	114508	143358	110085	-4423	-3,86	-33273	-23,21
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов (оборот)	1,2926	1,1405	1,6441	0,3515	27,19	0,5036	44,16
Коэффициент оборачиваемости денежных активов (оборот)	5,1357	4,6687	7,2379	2,1022	40,93	2,5692	55,03
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности (оборот)	9,5382	10,3997	25,9112	16,3730	171,66	15,5115	149,15
Коэффициент оборачиваемости материально-оборотных средств (оборот)	2,1094	1,7654	2,3175	0,2081	9,87	0,5521	31,27
Коэффициент закрепления оборотных активов (руб)	0,7736	0,8768	0,6083	-0,1653	-21,37	-0,2685	-30,62
Коэффициент закрепления денежных активов (руб)	0,1947	0,2142	0,1382	-0,0565	-29,02	-0,0760	-35,48
Коэффициент закрепления дебиторской задолженности (руб)	0,1048	0,0962	0,0386	-0,0662	-63,17	-0,0576	-59,88
Коэффициент закрепления материально-оборотных средств (руб)	0,4741	0,5664	0,4315	-0,0426	-8,99	-0,1349	-23,82
Продолжительность оборота оборотных активов (дни)	278,5046	315,6440	218,9715	-59,5331	-21,38	-96,6725	-30,63
Продолжительность оборота денежных активов (дни)	70,0982	77,1091	49,7381	-20,3601	-29,05	-27,3710	-35,50
Продолжительность оборота дебиторской задолженности (дни)	37,7430	34,6165	13,8936	-23,8494	-63,19	-20,7229	-59,86
Продолжительность оборота материально-оборотных средств (дни)	170,6634	203,9184	155,3398	-15,3236	-8,98	-48,5786	-23,82

Исходя из данной таблицы 2, сравнив каждый показатель, можно сделать вывод, что выручка организации за последние года имеет тенденцию возрастания (это говорит о повышении продаж и государственных заказов), а оборотные активы организации за анализируемый период имеют тенденцию к снижению, по причине того, что определенные элементы видов оборотных активов сократились в сельскохозяйственной организации. Данные изменения выручки и стоимости оборотных активов и его виды, оказали влияния также на следующие показатели. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов организации, где по сравнению с базисным годом, увеличился более чем на 0,3 (почти на 27,2%) и по сравнению с предыдущим годом, увеличился более чем на 0,5 оборотов (почти на 44,2%). Коэффициент оборачиваемости денежных активов организации, где по сравнению с базисным годом, увеличился более чем на 2,1 (почти на 40,9%) и по сравнению с предыдущим годом, увеличился более чем на 2,5 (почти на 55%). Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности организации, где по сравнению с базисным годом, увеличился более чем на 16,3 (почти в 1 и 7 раза) и по сравнению с предыдущим годом, увеличился более чем на 15,5 (почти в 1 и 4 раза). Коэффициент оборачиваемости материально-оборотных средств организации, где по сравнению с базисным годом, увеличился более чем на 0,2 (почти на 9,9%) и по сравнению с предыдущим годом, увеличился более чем на 0,5 (почти на 31,3%). Увеличение данных показателей говорит о том, что требуется меньше ресурсов для поддержания экономической активности организации. В

соответствии с чем коэффициент закрепления оборотных активов организации, где по сравнению с базисным годом, снизился более чем на 21,3% и по сравнению с предыдущим годом, снизился более чем на 30,6%. Коэффициент закрепления денежных активов организации, где по сравнению с базисным годом, снизился более чем на 29% и по сравнению с предыдущим годом, снизился более чем на 35,48%. Коэффициент закрепления дебиторской задолженности организации, где по сравнению с базисным годом, снизился более чем на 63,1% и по сравнению с предыдущим годом, снизился более чем на 59,8%. Коэффициент закрепления материально-оборотных средств организации, где по сравнению с базисным годом, снизился более чем на 8,9% и по сравнению с предыдущим годом, снизился более чем на 23,82%. Снижение данных показателей свидетельствует о повышении эффективности использования оборотных активов. Продолжительность оборота оборотных активов организации, где по сравнению с базисным годом, снизилась более чем на 59 дней (или на 21,4%) и по сравнению с предыдущим годом, снизилась более чем на 96 дней (или на 30,6%). Продолжительность оборота денежных активов организации, где по сравнению с базисным годом, снизилась более чем на 20 дней (или на 29,1%) и по сравнению с предыдущим годом, снизилась более чем на 27 дней (или на 35,5%). Продолжительность оборота дебиторской задолженности организации, где по сравнению с базисным годом, снизилась более чем на 23 дней (или на 63,2%) и по сравнению с предыдущим годом, снизилась более чем на 20 дней (или на 59,86%). Продолжительность материально-оборотных средств организации, где по сравнению с базисным годом, снизилась более чем на 15 дней (или на 8,9%) и по сравнению с предыдущим годом, снизилась более чем на 48 дней (или на 23,8%). Данные изменения были обусловлены ростом объема продаж сельскохозяйственной продукции и уменьшением стоимости оборотных активов.

Деятельность сельскохозяйственных организаций, в виду своих отличительных особенностей, нуждается в регулярном и своевременном экономическом анализе, проведение анализа оборотных активов предприятия может помочь выявить проблемы имеющихся имуществ сельскохозяйственного производства для путей их решения и составления прогнозов для перспективного стратегического развития сельскохозяйственного производства.

Библиографический список:

1. Федеральный закон от 29.12.2006 N 264-ФЗ (ред. от 25.12.2023) "О развитии сельского хозяйства" [Электронный ресурс] // Портал "КонсультантПлюс". Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64930/7f3f9c7f0cf173922fa37783b2f49c8fc3d0ce1e/. -Дата обращения: (15.03.2024).
2. Приказ Минфина России от 15.11.2019 N 180н "Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 5/2019 "Запасы". Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_348523/83c7d643a9e7398cd257c6fdbd2986423f8638de/
3. Эко-ферма "Климовская" [Электронный ресурс] // Checko. Режим доступа: <https://checko.ru/company/ehko-ferma-klimovskaya-1104025002135>. - Дата обращения: (15.03.2024).

УДК 330

ОСНОВНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ НАЛОГОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В ЧАСТИ НДФЛ В 2024 ГОДУ И ПЛАНИРУЕМЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ С 2025 ГОДА

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

Аннотация: В статье рассматриваются наиболее значимые изменения в части налога на доходы физических лиц, принятые с 2024 года, а также предстоящие изменения налогового законодательства в Российской Федерации, актуальные, как для работодателей, так и для налогоплательщиков. Подробно описаны новые требования к налоговым агентам, удерживающим налог на доходы физических лиц. Особое внимание уделено изменениям в сроках уплаты и новым правилам расчёта налоговой базы с учётом прогрессивной шкалы ставок и лимита доходов в размере 5 миллионов рублей. Кроме того, упоминается о планируемых изменениях в системе налогообложения, которые направлены на достижение более справедливого распределения налоговой нагрузки и сокращение экономического неравенства. Таким образом, данная статья не только предоставляет ценную информацию о текущих изменениях, но и способствует пониманию научной проблемы эффективного налогообложения в контексте справедливости и равенстве в

распределении налоговых обязательств. Это делает её значимым источником для бухгалтеров, налоговых агентов и всех, кто интересуется новшествами в налоговом законодательстве.

Ключевые слова: НДФЛ, налог на доходы физических лиц, налоговый кодекс РФ, социальные налоговые вычеты, стандартные налоговые вычеты.

THE MAIN CHANGES IN THE TAX LEGISLATION REGARDING PERSONAL INCOME TAX IN 2024 AND PLANNED CHANGES FROM 2025

Golubkova K.S. 4th year bachelor

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

Abstract: The article discusses the most significant changes in the personal income tax adopted since 2024, as well as upcoming changes in tax legislation in the Russian Federation, relevant for both employers and taxpayers. The new requirements for tax agents withholding personal income tax are described in detail. Special attention is paid to changes in the terms of personal income tax payment and new rules for calculating the tax base, taking into account the progressive scale of rates and the income limit of 5 million rubles. In addition, the planned changes in the tax system are mentioned, which are aimed at achieving a more equitable distribution of the tax burden and reducing economic inequality. Thus, this article not only provides valuable information about current developments, but also contributes to understanding the scientific problem of effective taxation in the context of fairness and equality in the distribution of tax liabilities. This makes it a significant source for accountants, tax agents and anyone interested in innovations in tax legislation.

Keywords: personal income tax, personal income tax, tax Code of the Russian Federation, social tax deductions, standard tax deductions.

Налоговое законодательство в Российской Федерации постоянно подвергается изменениям, чтобы адаптироваться к новым экономическим условиям и обеспечить более эффективное налогообложение. Эти преобразования направлены на повышение собираемости налогов, справедливое распределение налоговой нагрузки и стимулирование экономической активности, что в условиях современной экономики является крайне актуальной задачей. Актуальность данной темы обусловлена необходимостью анализа новых условий налогового законодательства, которые могут существенно повлиять на финансовое положение как граждан и организаций. Несмотря на обширность темы общих вопросов налогообложения, за последние годы исследований изменений в части налога на доходы физических лиц (НДФЛ) проводилось ограниченное количество. Следовательно, ввиду ожидаемых значимых изменений налогового законодательства, а также недостаточной проработанности последствий таких изменений, появляется необходимость данного исследования. Научная новизна заключается в систематизации и анализе информации о текущих и планируемых изменениях, что позволит выявить как положительные, так и отрицательные последствия. Целью данной статьи является анализ основных изменений налога на доходы физических лиц, вступивших в силу с 1 января 2024 года, и оценка его возможных изменений, планируемых на 2025 год. Предстоящие изменения в НДФЛ могут привести к изменениям в распределении налоговой нагрузки между различными категориями налогоплательщиков, что может повлиять на их финансовое состояние. Таким образом, данное исследование не только освещает актуальные изменения, но и способствует более глубокому пониманию их влияния на общество и экономику. В рамках данной статьи использован методологический подход, включающий качественный анализ налогового законодательства, сравнительный анализ, эмпирические исследования, что позволит не только описать изменения, но и выявить их возможные последствия.

Вследствие упразднения с 2023 года пункта 2 статьи 223 Налогового Кодекса РФ налоговые агенты обязаны удерживать НДФЛ с аванса. Датой получения дохода физического лица в виде зарплаты, и иных денежных доходов, например отпускных, считается дата денежной выплаты работнику (подп. 1 п. 1 ст. 223 НК) [1]. Таким образом, удерживать НДФЛ необходимо при каждой выплате заработка сотруднику, дважды в месяц.

С 1 января 2024 года установлены новые сроки уплаты НДФЛ, а также в обязательном порядке необходимо дважды в месяц подавать уведомления. Изменения внесли в пункт 9 статьи 58, пункт 6 статьи 226, пункт 9 статьи 226.1 и пункт 7 статьи 226.2 Налогового Кодекса РФ Законом от 27.11.2023 № 539-ФЗ [2]. До вступления изменений в силу, периоды, из расчета которых нужно подавать уведомление и платить НДФЛ, переходили из одного месяца в другой. Сейчас же оба периода находятся внутри календарного месяца: первый – с 1-го по 22-е число и

второй – с 23-го числа по последний день текущего месяца. Также появилась необходимость подавать два уведомления: за первый период нужно уведомить налоговый орган до 25-го числа текущего месяца, а за второй – не позднее 3-го числа следующего месяца. При том последнее уведомление последнего периода года (с 23 по 31 декабря) необходимо подать в том же году, в срок не позднее последнего рабочего дня года. Если во второй период месяца сотрудникам организации не были произведены денежные выплаты, то предоставлять второе уведомление не нужно, так как нулевые уведомления по НДФЛ не предоставляются. Уплатить начисленный сотрудникам НДФЛ необходимо также дважды: за первый период – не позднее 28-го числа текущего месяца, а за второй – не позднее 5-го числа следующего месяца. В декабре за период с 23 по 31 декабря срок уплаты – не позднее последнего рабочего дня года. В расчет 6-НДФЛ с I квартала 2024 года необходимо включать НДФЛ, удержанный в течение всего отчетного периода. Из статьи 230 Налогового Кодекса исключили положения о том, какие именно суммы НДФЛ отражать в расчете [3].

Еще одним изменением при расчёте НДФЛ с 2024 года является необходимость применения лимита 5 миллионов рублей и прогрессивной шкалы ставок к совокупной налоговой базе, за исключением доходов в виде дивидендов [4]. При расчете налога налоговые агенты учитывают только те доходы, которые сами выплатили. Контролировать, какие доходы сотрудники получают у других налоговых агентов, не нужно. Если физлицо работает в нескольких обособленных подразделениях, то лимит доходов в 5 миллионов рублей и прогрессивная шкала ставок применяется к сумме доходов, которые он получил от всех обособленных подразделений. Если налоговая база с начала года по доходам определенного вида, с учетом всех возможных вычетов, превышает 5 миллионов рублей, применяется такая формула расчета:

$$\text{Сумма НДФЛ} = (5 \text{ млн руб.} \times 13\%) + (\text{Часть налоговой базы, превышающая 5 млн руб.} \times 15\%)$$

С начала 2024 года доходы физлиц, работающих дистанционно, облагаются НДФЛ по прогрессивной шкале ставок независимо от их налогового статуса и местонахождения. Новые правила прописали в новом пункте 6.2 статьи 208 и пунктах 3, 3.1 статьи 224 Налогового Кодекса РФ [5]. Трудовой договор должен быть оформлен именно на дистанционную работу, а также необходимо непосредственно дистанционное выполнение трудовой функции. Иные доходы таких сотрудников облагаются в зависимости от статуса налогоплательщика.

С 1 января 2024 года в соответствии со статьями 208 и 224 Налогового Кодекса не зависимо от налогового статуса сотрудников организации, работающих удаленно, даже за пределами страны, их доходы облагаются НДФЛ в РФ по прогрессивной шкале ставок. Даже если сотрудник приобретает статус нерезидента, его доход не пересчитывается по ставке 30 процентов.

С 1 января 2024 года, если компенсируется дистанционному работнику расходы, связанные с использованием его личного или арендованного оборудования, программно-технических средств, средств защиты информации и иных средств, эти суммы не облагаются НДФЛ:

- в сумме, определяемой коллективным договором, локальным нормативным актом, трудовым договором, дополнительным соглашением к трудовому договору, но не более 35 руб. за каждый день выполнения трудовой функции дистанционно;
- либо в сумме фактически произведенных и документально подтвержденных расходов дистанционного работника (п. 1 ст. 217 НК РФ).

В связи с изменениями в статью 219 Налогового Кодекса максимальный размер социального налогового вычета по расходам на обучение ребенка увеличился с 50 000 до 110 000 рублей, а размер социального налогового вычета по расходам на собственное обучение, лечение и покупку лекарств вырос с 120 000 до 150 000 рублей [6]. Еще одним важным нововведением является то, что право на получение социальных вычетов на обучение теперь будет доступно не только самому обучающемуся, но и его супругу или супруге, если обучение осуществляется в очной форме в образовательной организации. Это изменение открывает дополнительные финансовые возможности для семей, позволяя им более эффективно планировать расходы на образование. Теперь супруги смогут воспользоваться налоговыми льготами, что сделает процесс получения образования более доступным и менее обременительным с финансовой точки зрения. Социальный вычет по расходам на негосударственное пенсионное обеспечение, добровольное пенсионное страхование и уплату дополнительных страховых взносов на накопительную пенсию работодатель

может предоставить только по суммам, которые он удержал из выплат в пользу работника и перечислил в соответствующие фонды и (или) страховые организации.

Немаловажным изменением в части социальных налоговых вычетов по НДФЛ является появление возможности их получения в упрощенном порядке. Теперь организации, предоставляющие услуги, могут самостоятельно подавать подтверждающие документы, и налоговая инспекция разместит их в личном кабинете. Эти новые правила в связи с изменениями, внесенными в статьи 219 и 221.1 НК РФ, касаются расходов, которые возникли с 1 января 2024 года.

Сведения о расходах поступят в инспекцию напрямую от поставщиков услуг. Инспекторы разместят данные в личном кабинете и сформируют предзаполненное заявление на вычет. Физлицу достаточно будет проверить информацию, дозаполнить заявление и направить его в налоговую. Однако, социальный налоговый вычет на лекарства получить упрощенно нельзя.

Сведения для получения социальных вычетов направляют поставщики услуг по заявлению физлица при наличии технической возможности [7]. Клиники, вузы, страховые организации и другие поставщики услуг предоставят сведения в виде унифицированного документа – справки об оплате услуг (взносов). Она содержит информацию о понесенных расходах и заменит все остальные подтверждающие документы. Сведения для социальных, имущественных и инвестиционных вычетов инспекторы разместят в личном кабинете налогоплательщика в течение 20 рабочих дней, следующих за днем предоставления сведений в налоговый орган. Если налоговый агент, банк, не участвуют в информационном обмене с Федеральной налоговой службой (ФНС) или у клиники, вуза, страховой организации и других поставщиков услуг нет технической возможности такого взаимодействия с ведомством, получить вычет можно только в общем порядке.

Согласно изменениям пунктов 11 и 28 статьи 217 Налогового Кодекса РФ с начала 2024 года студенты, нуждающиеся в материальной поддержке, освобождены от уплаты НДФЛ со всей суммы получаемой помощи. Кроме того, на эту помощь также не распространяется необлагаемый лимит в 4000 рублей [8]. Если работнику или взаимозависимому физлицу выдан беспроцентный заем или заем по ставке ниже 2/3 ставки Центрального Банка, с 1 января 2024 года за каждый месяц пользования займом необходимо считать НДФЛ с материальной выгоды.

Согласно планируемым изменениям при расчете материальной выгоды необходимо будет совершать следующие действия [9]:

- сравнить значения ключевой ставки Центрального Банка на последний день этого месяца и на дату выдачи займа;
- исходя из 2/3 от меньшего из значений посчитать сумму процентов по займу за этот месяц;
- сравнить результат с суммой процентов за месяц по условиям договора. Если они меньше, то разница — облагаемая НДФЛ материальная выгода; если больше — облагаемой материальной выгоды за этот месяц нет.

12 июля 2024 года был принят Федеральный закон №176-ФЗ, согласно которому с начала 2025 года начнет действовать прогрессивная шкала по НДФЛ [10]:

Таблица 1 – Новая прогрессивная шкала НДФЛ с 2025 года

Для доходов в год	Ставка
от 2,4 до 5 млн рублей	15%,
от 5 до 20 млн рублей	18%,
от 20 до 50 млн рублей	20%
свыше 50 млн рублей	22%
ниже 2,4 млн руб.	13%

Основная цель этих изменений – обеспечить, чтобы налоговое бремя распределялось более равномерно среди населения. Это достигается за счёт того, что лица с более высокими доходами будут платить больше налогов, что позволит государству получить дополнительные средства. Эти дополнительные средства могут быть направлены на финансирование различных социальных программ. Увеличение социальных расходов позволит улучшить доступ к образованию, здравоохранению и другим важным услугам для уязвимых слоёв населения. Это создаст более равные условия для всех граждан, способствуя их социальной интеграции и активному участию в экономической жизни.

Кроме того, реализация этой реформы может значительно повысить качество жизни граждан. Сокращение экономического неравенства приведёт к улучшению условий жизни многих семей, что, в свою очередь, будет способствовать общему росту благосостояния общества. Улучшение условий жизни и доступ к необходимым ресурсам создадут более устойчивую и гармоничную социальную среду. Таким образом, налоговая реформа представляет собой важный шаг к созданию более справедливого общества, в котором каждый гражданин сможет реализовать свой потенциал и внести вклад в общее развитие страны.

Также, на основании Федерального закона №176-ФЗ, ожидаются следующие изменения размеров стандартных налоговых вычетов на детей:

Таблица 2 – Изменения размеров стандартных налоговых вычетов на детей с 2025 года

Размер вычета	Условие предоставления
с 1400 руб. до 2400 руб.	на первого и второго ребенка
с 3000 руб. до 6000 руб.	на третьего и последующих.
с 6000 руб. до 12 000 руб.	на детей-инвалидов.

Кроме того, с начала 2025 года в России будет увеличена предельная сумма дохода, при которой граждане могут использовать налоговый вычет на детей, с 350 000 до 450 000 рублей в год. Это норма распространяется не только на родителей, но и на опекунов и попечителей. Авторы инициативы в пояснительной записке к законопроекту № 545228–8 обосновали необходимость увеличения вычета тем, что с 2016 года размеры вычетов и предельная сумма доходов остаются неизменными, в то время как среднемесячная заработная плата россиян, по данным Росстата, увеличилась с 36 500 рублей до 56 600 рублей в 2021 году [12]. Это значительное увеличение заработной платы, и соответствующим образом должны быть обновлены предельные суммы доходов для использования вычетов на детей, чтобы соответствовать текущим экономическим реалиям.

Повышение размера налогового вычета на детей будет способствовать улучшению материального положения семей с детьми. Дополнительные финансовые ресурсы могут быть использованы родителями для обеспечения детей более высоким уровнем образования, спортивного развития, семейного досуга и других потребностей. Кроме того, подобные изменения налогового законодательства оказывают поддержку семьям с детьми, что в долгосрочной перспективе может стимулировать рождаемость и способствовать укреплению семейных ценностей.

Подводя итог, можно сделать вывод, что постоянные изменения в налоговом законодательстве направлены на повышение эффективности налоговой системы и адаптацию к новым экономическим реалиям. Такие изменения необходимы для улучшения администрирования налогов, обеспечение справедливого распределения налоговой нагрузки среди населения и стимулирования экономического роста. Как организациям, так и гражданам крайне важно быть в курсе этих изменений, так как они могут существенно повлиять на их финансовое положение и деятельность. Своевременное информирование позволяет заранее подготовиться к новым требованиям и условиям, минимизировать риски и оптимизировать налоговые обязательства. Организациям необходимо регулярно отслеживать новости и обновления в налоговом законодательстве, консультироваться с налоговыми экспертами и использовать специализированные информационные ресурсы, чтобы эффективно управлять изменениями, а также избежать штрафов и санкций.

Библиографический список

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 29.05.2024) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.06.2024) // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/ (дата обращения: 12.11.2024).
2. Федеральный закон от 27.11.2023 г. N 539-ФЗ "О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации, отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации" // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_462886/ (дата обращения: 12.11.2024).
3. Федеральный закон от 19 декабря 2023 года N 611-ФЗ "О внесении изменений в статьи 4 и 105.26 части первой и часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и статью 2 Федерального закона "О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации, отдельные

законодательные акты Российской Федерации и о приостановлении действия абзаца второго пункта 1 статьи 78 части первой Налогового кодекса Российской Федерации" (последняя редакция) // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_464801/ (дата обращения: 12.11.2024).

4. Федеральный закон от 23 ноября 2020 года N 372-ФЗ "О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации в части налогообложения доходов физических лиц, превышающих 5 миллионов рублей за налоговый период" // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_368439/ (дата обращения: 12.11.2024).

5. Федеральный закон от 31 июля 2023 года N 389-ФЗ "О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации, отдельные законодательные акты Российской Федерации и о приостановлении действия абзаца второго пункта 1 статьи 78 части первой Налогового кодекса Российской Федерации" (последняя редакция) // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_453241/ (дата обращения: 12.11.2024).

6. Федеральный закон от 28.04.2023 N 159-ФЗ "О внесении изменений в статьи 219 и 257 части второй Налогового кодекса Российской Федерации" (последняя редакция) // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_446107/ (дата обращения: 12.11.2024).

7. Письмо ФНС России от 31.07.2023 года N БС-4-21/9762@ "О реализации Федерального закона от 31.07.2023 N 389-ФЗ (в части налогообложения имущества)" (вместе с "Обзором основных положений Федерального закона от 31.07.2023 N 389-ФЗ "О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации, отдельные законодательные акты Российской Федерации и о приостановлении действия абзаца второго пункта 1 статьи 78 части первой Налогового кодекса Российской Федерации" (по вопросам налогообложения имущества)") // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_453540/ (дата обращения: 12.11.2024).

8. Федеральный закон от 29.05.2023 N 200-ФЗ "О внесении изменений в статьи 217 и 372.1 части второй Налогового кодекса Российской Федерации" (последняя редакция) // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_448078/ (дата обращения: 12.11.2024).

9. Законопроект № 577665-8 О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации и статью 8 Федерального закона "О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и некоторые другие законодательные акты Российской Федерации, а также о признании утратившими силу отдельных законодательных актов (положений законодательных актов) Российской Федерации" // [Электронный ресурс] URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/577665-8> (дата обращения: 12.11.2024).

10. Федеральный закон от 12.07.2024 N 176-ФЗ "О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации, отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации" // [Электронный ресурс] URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_480697/ (дата обращения: 12.11.2024).

11. Законопроект № 450126-8 О внесении изменения в статью 224 части второй Налогового кодекса Российской Федерации в части введения прогрессивной шкалы налогообложения доходов физических лиц // [Электронный ресурс] URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/450126-8> (дата обращения: 12.11.2024).

12. Законопроект № 545228-8 О внесении изменения в статью 218 части второй Налогового кодекса Российской Федерации (в части увеличения размеров стандартных налоговых вычетов на детей) // [Электронный ресурс] URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/545228-8> (дата обращения: 12.11.2024).

УДК 336.02

ЭВОЛЮЦИЯ НАЛОГОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА: АНАЛИЗ ПОСЛЕДНИХ ИЗМЕНЕНИЙ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС

*Гречишникова Д. Ю., магистрант 3-го курса
Научный руководитель: Фатеева Т. Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе проанализированы ключевые изменения в налоговом законодательстве, произошедшие в России и их последствия для малых и средних предприятий

Ключевые слова: налоговые изменения, малый бизнес, средний бизнес, предпринимательство, налоговое законодательство.

THE EVOLUTION OF TAX LEGISLATION: ANALYSIS OF RECENT CHANGES AND THEIR IMPACT ON SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES

*Grechishnikova D.Y. 2nd year undergraduate student
Scientific supervisor: T.N. Fateeva, Ph.D. in Economics, Associate Professor*

Annotation. In this article, we will analyze the key changes in tax legislation that have occurred in Russia and their consequences for small and medium-sized enterprises. We will also look at statistical data that will help to better understand the impact of these changes on the country's economy.

Keywords: tax changes, small business, medium business, entrepreneurship, tax legislation.

Налоговое законодательство является важнейшим инструментом экономической политики, который определяет условия для ведения бизнеса, уровень предпринимательской активности и инвестиционного климата в стране. В России, где малый и средний бизнес (МСБ) занимает значительное место в экономике, изменения в налоговой политике могут оказывать глубокое влияние на его развитие. МСБ вносит свой вклад в создание рабочих мест, инновации и экономический рост, поэтому важно рассмотреть, как последние изменения в налоговом законодательстве повлияли на эту сферу.

За последние пять лет в России произошло множество изменений в налоговом законодательстве, направленных на оптимизацию налоговой нагрузки, упрощение процедур и поддержку предпринимателей.

Одним из наиболее значимых изменений стало введение налога на профессиональный доход (НПД), который был запущен в 2019 году. Этот налог был разработан для легализации деятельности самозанятых граждан, которые часто работали в теневом секторе экономики. НПД позволяет самозанятым уплачивать налог по сниженной ставке 4% на доходы от физических лиц и 6% на доходы от юридических лиц. Это значительно упрощает процесс налогообложения для малых предпринимателей и способствует легализации их деятельности [3].

Согласно данным Федеральной налоговой службы, к 2023 году более 3 миллионов граждан зарегистрировались как самозанятые. Это свидетельствует о растущем интересе к легализации своей деятельности и созданию конкурентных условий на рынке. Введение НПД не только увеличило налоговые поступления в бюджет, но и позволило многим гражданам начать вести собственный бизнес, что позитивно сказалось на экономическом климате в стране (рисунок 1).

В 2020 году были внесены изменения в упрощенную систему налогообложения (УСН), которая позволяет малым предприятиям рассчитывать налог на основе доходов или доходов за вычетом расходов. Увеличение предельного размера дохода для применения УСН с 60 миллионов до 100 миллионов рублей стало важным шагом, который открыл новые возможности для расширения бизнеса. Это изменение стало стимулом для многих предпринимателей, позволяя им оставаться в рамках упрощенного налогообложения при росте доходов [2].

Упрощенная система налогообложения значительно снижает административную нагрузку на малые предприятия, позволяя им тратить меньше времени и ресурсов на бухгалтерию и налоговую отчетность. Это особенно важно для начинающих предпринимателей, которые могут сосредоточиться на развитии своего бизнеса, а не на сложных налоговых процедурах.

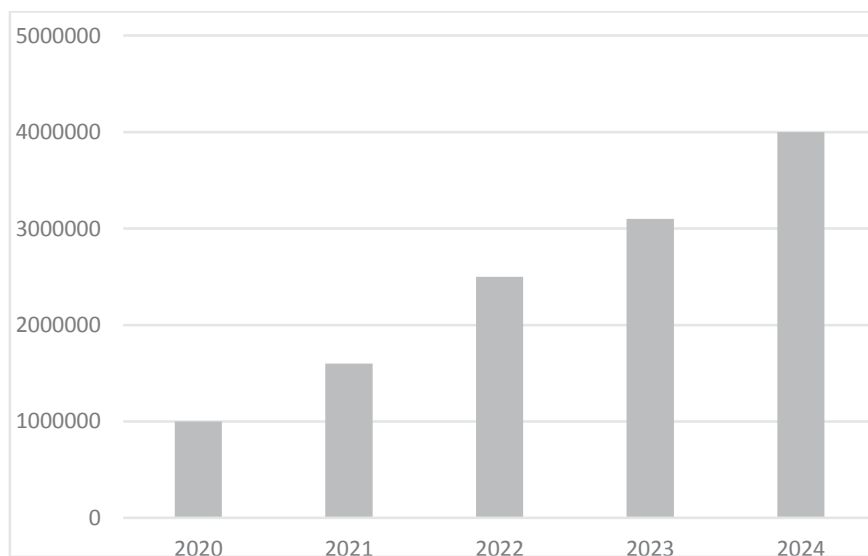


Рисунок 1. Количество малых и средних бизнесов

В условиях пандемии COVID-19 правительство России внедрило налоговые каникулы для малых и средних предприятий. Эти меры включали освобождение от уплаты налога на имущество и налога на прибыль на определённый период. Налоговые каникулы стали важной поддержкой для бизнеса в условиях экономической нестабильности, помогая сохранить рабочие места и обеспечить финансовую стабильность.

По данным различных исследований, такие меры позволили многим малым предприятиям выжить в условиях кризиса и даже адаптироваться к новым условиям. Например, многие компании начали внедрять цифровые технологии и онлайн-сервисы, что стало возможным благодаря временной налоговой поддержке. Это также привело к изменению бизнес-моделей и созданию новых возможностей для роста [4].

С 2021 года в России введен институт налоговых консультантов, что позволяет малым и средним предприятиям получать профессиональную помощь в вопросах налогообложения. Это нововведение стало важным шагом к повышению правовой грамотности предпринимателей и снижению рисков налоговых правонарушений. Налоговые консультанты могут помочь бизнесменам разобраться в сложных налоговых вопросах, оптимизировать налоговую нагрузку и избежать ошибок в отчетности.

Профессиональная помощь в области налогообложения особенно актуальна для малых предприятий, которые не всегда имеют ресурсы для найма штатных бухгалтеров. Наличие квалифицированных налоговых консультантов способствует более эффективному ведению бизнеса и повышению его конкурентоспособности.

Влияние вышеуказанных изменений на малый и средний бизнес можно оценить с разных точек зрения.

Снижение налоговой нагрузки и упрощение процедур отчетности способствовали улучшению условий ведения бизнеса. Предприниматели получили возможность сосредоточиться на развитии своих компаний, а не на бюрократических процедурах. Упрощенная система налогообложения и налог на профессиональный доход позволили многим малым предприятиям избежать сложных расчетов и снизить затраты на бухгалтерию [1].

Кроме того, упрощение отчетности позволяет предпринимателям быстрее реагировать на изменения в рыночной среде и адаптироваться к новым условиям. Это особенно важно в условиях динамично меняющейся экономики, где скорость принятия решений может стать решающим фактором успеха.

Введение налога на профессиональный доход стало важным шагом к легализации самозанятых. Это позволило многим предпринимателям выйти из тени и начать уплачивать налоги, что, в свою очередь, увеличивает налоговые поступления в бюджет и создает более конкурентные условия на рынке. Легализация бизнеса также способствует улучшению качества услуг и товаров, поскольку зарегистрированные предприниматели обязаны соблюдать определенные стандарты и требования.

Кроме того, легализация бизнеса позволяет предпринимателям получать доступ к различным государственным программам поддержки, кредитам и субсидиям, что открывает новые возможности для роста и развития.

Налоговые каникулы, введенные в ответ на пандемию COVID-19, помогли многим малым предприятиям выжить в условиях экономического кризиса. Эти меры поддержали не только бизнес, но и рабочие места, что в свою очередь способствовало стабильности на рынке труда. Поддержка государства в трудные времена позволила многим компаниям сохранить свою деятельность и избежать массовых увольнений [5].

Согласно исследованиям, предприятия, которые получили налоговые каникулы, быстрее восстанавливались после кризиса и смогли адаптироваться к новым условиям. Это подтверждает важность государственной поддержки для сохранения предпринимательской активности в сложные времена.

По данным Росстата, в 2022 году малый и средний бизнес составил около 20% валового внутреннего продукта (ВВП) страны и обеспечивал более 25% занятости. Изменения в налоговом законодательстве способствовали росту числа зарегистрированных малых предприятий. Например, в 2022 году количество малых и средних предприятий увеличилось на 15% по сравнению с предыдущим годом, что свидетельствует о положительном влиянии новых налоговых мер на предпринимательскую активность.

Кроме того, согласно данным ФНС, в 2023 году количество самозанятых граждан превысило 4 миллиона, что также подтверждает успешность введения налога на профессиональный доход и его роль в легализации бизнеса.

Анализ изменений в налоговом законодательстве России за последние пять лет показывает, что правительство стремится создать более благоприятные условия для малого и среднего бизнеса. Введение налога на профессиональный доход, изменения в упрощенной системе налогообложения и налоговые каникулы стали значительными шагами к улучшению предпринимательского климата. Эти изменения не только способствовали легализации бизнеса, но и помогли многим предпринимателям адаптироваться к новым условиям, повысив их конкурентоспособность.

Однако, несмотря на достигнутые успехи, существует необходимость в дальнейших реформах, направленных на устранение бюрократических барьеров, увеличение прозрачности налоговой системы и поддержку инновационных бизнес-моделей. Важно также продолжать развивать институт налоговых консультантов и обеспечивать доступ к качественным консультациям для малых предприятий.

В будущем стоит рассмотреть возможность введения дополнительных налоговых льгот для стартапов, а также улучшения механизмов налогового консультирования для предпринимателей. Это поможет не только поддержать существующий бизнес, но и стимулировать создание новых предприятий, что в свою очередь будет способствовать устойчивому экономическому развитию страны. Поддержка малого и среднего бизнеса должна стать одним из приоритетов государственной политики, что позволит России эффективно развивать свою экономику в условиях глобальных изменений и вызовов.

Библиографический список

1. Баранов И. Г. Налогообложение: вопросы теории и практики. Москва: ИНФРА-М, 2020. 320 с.
2. Власов Р.С. Проблемы налогового регулирования бизнеса. Санкт-Петербург: Питер, 2019. 256 с.
3. Григорьев А.Н. Анализ налогового законодательства в Российской Федерации. Екатеринбург: УрФУ, 2021. 280 с.
4. Дегтярев В.С. Экономические аспекты налогообложения. Москва: Юрайт, 2022. 310 с.
5. Егоров С.Л. Изменения в налоговом законодательстве 2021 года. Казань: Казанский университет, 2021. 150 с.
6. Жуков А.П. Налоги и налогообложение: учебное пособие. Ростов-на-Дону: Феникс, 2020. 240 с.
7. Зайцева, Т. А. Налоговые риски в малом и среднем бизнесе. Москва: ГУ ВШЭ, 2021. 175 с.

УДК 658.3.07

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ НАВЫКОВ ЧЕРЕЗ ШКОЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ

*Гуньков Я.В., бакалавр (магистрант) 1-го курса
Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В данной статье исследовано влияние развития навыков предпринимательства через школьные проекты. Проекты рассматриваются как важный инструмент, который помогает развивать мышление и применять на практике полученные знания. В работе обсуждаются примеры проектов, а также роль «предпринимательской культуры», которая важна для развития предпринимательства с ранних лет. По мимо этого рассмотрены проблемы, которые могут возникнуть при освоении данными навыками, а также акцентировано внимание на формировании условий необходимых для обучения школьников предпринимательству. В работе подчеркивается важность разработки обучающих программ, а также оказания помощи учебным заведениям.

Ключевые слова: предпринимательская культура, развитие, школьные проекты, мотивация, критическое мышление, школьное образование, предпринимательство, обучение.

DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL SKILLS THROUGH SCHOOL PROJECTS

*Gunkov Y. V., bachelor's degree (master's student) of the 1st year
Supervisor: Gubernatorova N. N., Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. This article examines the impact of entrepreneurship skills development through school projects. Projects are considered as an important tool that helps to develop thinking and put into practice the knowledge gained. The paper discusses examples of projects, as well as the role of "entrepreneurial culture", which is important for the development of entrepreneurship from an early age. In addition, the problems that may arise when mastering these skills are considered, as well as attention is focused on the formation of conditions necessary for teaching entrepreneurship to schoolchildren. The paper emphasizes the importance of developing training programs, as well as providing assistance to educational institutions.

Keywords: entrepreneurial culture, development, school projects, motivation, critical thinking, school education, entrepreneurship, training.

Как многие знают, предпринимательская культура в России развита достаточно слабо. Конечно же, это связано с тем, что Россия - это относительно молодая страна, в которой появился капитализм более 30 лет назад. А также тем, что в стране до недавнего времени этому не обучали. В настоящее время поддержка и развитие предпринимательской деятельности является приоритетной задачей нашего правительства, так как это актуальная тема сегодняшнего дня и дальнейшего развития общества, в рамках которого у подрастающего поколения будут формироваться бизнес-компетенции. Это в свою очередь обеспечит страну конкурентоспособными и эффективными предпринимателями, которые будут создавать новую систему взаимодействия. Если говорить о том, кто такой предприниматель – то, это вообще не профессия, а компетенция. И этой компетенции можно научиться.

Лучшее время, чтобы чему – то обучиться и задать правильный вектор развития – это детство. Так как дети уже с детства начинают выполнять различные задачи, но не с целью применения, а с целью оценки их деятельности. И в этом кроется основная проблема, что человек стремится не к реальному результату работы, а к внешней оценке учителей или родителей. Исходя из этого, в дальнейшем людям кажется, что ошибка - это плохо, а ошибаться нельзя. Это своего рода деятельность, в которой ошибка может понизить значимость ребенка. Такого рода «оценки», дают нам «мышление на отметку», а это в корне неправильно, так как ребенок становится оторванным от реального мира с его множеством проблем, где ошибаться не только нормально, но и нужно, чтобы бы понять, как действовать в той или иной ситуации.

Все это можно поменять посредством введения в школьную программу – предпринимательства, как практической проектной дисциплины. Под предпринимательством мы понимаем, готовность любого человека реализовать свои идеи и воплотить в жизнь задуманное, абсолютно в разных сферах. И чем раньше об этом рассказывать и приучать это детям, тем эффективнее это все будет применяться уже во взрослой жизни. Школьникам важно доступно и интересно рассказывать о понятиях: бизнеса, предпринимательства, рисков и т.д. А также формировать у него цельное экономическое мышление.

Великий экономист Питер Друкер говорил: «То, что вам говорят о предпринимательстве это скорее ложь, это не что – то волшебное и таинственное или заложено в генах. Нет. Предпринимательство в первую очередь - это дисциплина, которой можно обучиться». Поэтому учиться надо конечно же этому еще со школы. Чем раньше начнешь, тем это лучше. Сейчас это важная задача современной школы, государства и общества.

Предпринимательское образование в среднеобразовательных учреждениях является необходимым для подготовки учеников к дальнейшей карьере и успешной жизни, начиная с ранних лет, школы к успешной карьере и дальнейшей жизни с ранних лет.

Обучение такого рода развивает у обучающихся компетенции, которые помогают им в решение различного рода проблем, а также они обретают навыки совместной работы и креативность, которая является творческой основой в создании чего – либо. Все это ценится современными работодателями, которые подмечают людей со стоящими знаниями. Также и сами ученики впоследствии могут применять данные навыки уже на практики, полученные с помощью проектного обучения, создавая какие - либо проекты и стартапы. Все это делает развитие предпринимательских навыков еще со школы, эффективным инструментом в предпринимательской среде.

Знания, компетенции, собственные идеи и видения все это и есть предпринимательские навыки, которые необходимы для создания и успешного функционирования бизнеса с его дальнейшим развитием. Кто как не предприниматель может создать то, чего еще не было, или улучшить то, что уже есть. Все это должны сделать школьные проекты, которые будут давать знания подрастающему поколению. С помощью этого будут выполняться эффективно многие

функции и роли. Важно в этом все заинтересованность детей, где они сами смогут выбирать различные проекты, над которыми могут работать. Это и будет показателем успешного функционирования проектного обучения в школах, в которых будет реализовываться развитие предпринимательства.

Конечно же реализацию таких проектов сложно представить без сотрудничества со многими профессионалами своего дела и экспертами в этих направлениях. Такое сотрудничество будет помогать достигать желаемого, а также направлять учеников по нужному пути развития в этой сфере. Все это будет способствовать повышению предпринимательских компетенций, и вовлечению обучающихся в реальные жизненные ситуации и кейсы, где они смогут применить свою находчивость в решении разного рода задач.

В России такого рода обучение основывается на принципах, вовлеченности обучающихся процесс образования и постижения нового практического материала. У них появляется возможность работать, над различными интересующими их проектами, где можно узнать, что – то новое, развивая свои навыки и знания, и становясь более опытными в различных темах. Такое обучение положительно влияет на самооценку ученика и помогает ему применять знания. Посредством этого школьники применяют и исследуют, а также генерируют новые идеи, с помощью анализа информации, воплощая знания, которые они получили уже на практике, находя нестандартные решения проблем. Все это заложено в школьных предпринимательских проектах, благодаря которым происходит столь важное развитие детей.

Качественная и эффективная реализация предпринимательских проектов в школьной программе требует наличия необходимой инфраструктуры, которая может включать поддержку в поиске партнеров, а также организацию проектной составляющей работы. Кроме того, добавляются отдельные проектные модули, которые интегрируются в учебные планы, благодаря чему учебная программа перестраивается с целью дальнейшего перехода к проектному обучению. И конечно, что же немаловажную роль во всем этом играют педагоги, учителя и наставники, а а также эксперты, которые вносят большой вклад, мотивируя и поддерживая учеников, а также их различные инициативы и идеи. В этом заключается их ключевая роль по поддержке развития предпринимательских навыков через школьные проекты.

Примером реализации предпринимательского проекта в одной из Российских школ стал проект – «Бизнес - задатки», который был организован учениками МБОУ СОШ «№ 8» г. Брянска. Ученики посредством поддержки наставников и педагогов создают игрушки, которые сейчас популярны в интернете, а также разрабатывают различные рекламные материалы и ведут сайт по продаже этих самых игрушек. Такой проект не только развивает у детей предпринимательские навыки и критическое мышление, а также несет социальную составляющую, ведь полученные деньги направляются в приюты и детские дома города.

Основными проблемами, которые связаны с внедрением проектного обучения в учебные заведения, могут являться, в первую очередь, неэффективность группового взаимодействия, как следствие работа выполняется не всеми участниками команды или же группы, что влечет за собой неравномерное распределение обязанностей. Поэтому для решения данной проблемы, важно поменять подход к оценке: оцениваться должны индивидуальные достижения каждого участника, в рамках группы, чтобы бы происходило стимулирование каждого по отдельности, создавая небольшую конкуренцию, тем самым усиливая отдачу от участия в проекте. По мимо этого в группе должны быть четко определены обязанности, исходя из чего задачи между учениками будут распределены равномерно. Ещё одной немаловажной проблемой является мотивация учеников, ведь задачи, которые они выполняют должны быть интересные и нестандартные, не похожие, на то, что они выполняли ранее. Тем самым они будут чувствовать свой роль в создании будущего проекта.

Для повышения качества проектов, а также уровня вовлеченности обучающихся, важно привлекать экспертов и заинтересованных лиц, которые бы играли важную роль в оценке работ учеников, взаимодействуя с ними и предоставляя обратную связь. А это в свою очередь увеличивает мотивацию и добавляет значимости обучающимся в своих усилиях.

Для образовательных учреждений должна быть сделана четкая разработка планов, ориентированная на решение задач в реальном времени, со структурированной частью проекта. Это требует от педагогов готовности адаптировать и планировать обучение под индивидуальные нужды обучающихся. Наставникам также важно развивать свои навыки и обучаться новому, чтобы эффективно руководить проектной деятельностью и оказывать поддержку школьникам в их исследованиях

В предпринимательскую сферу вовлекается все больше детей, посредством проектного обучения для приобретения предпринимательских навыков, а также изучения финансовой грамотности. По данным статистики, с каждым рост проектного обучения в России растет. Так с 2020 – 2023 гг., данный рост составил более 900 тыс. человек во вовлеченных в проектное обучение, развивающее предпринимательские навыки. На рисунке 1. Показана динамика роста количества детей, вовлеченных в проектное обучение.

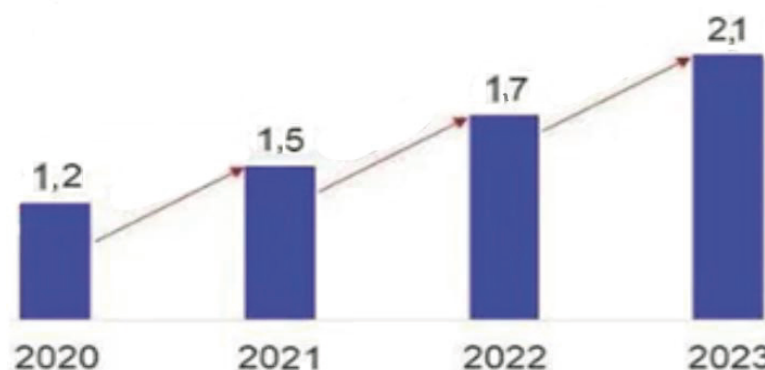


Рисунок 1. Динамика роста количества вовлеченных в проектное обучение

Подводя итог, можно сказать, что важнейшим этапом, для создания той самой среды предпринимательства в которой будут обучать детей, в которой будет происходить развитие компетенций и навыков, мышления и критического подхода к исследованию различных сфер. Все это поможет открыть путь в будущее воплощения идей и достижений в собственных проектах, а также способствовать их эффективной интеграции в реальный мир. С каждым у нас в стране становится все больше инновационных классов развития, где школьники воплощают свои идеи в жизнь, а некоторые из них берутся на вооружение крупными компаниями. А в России появляются перспективные люди.

Библиографический список

1. Предпринимательская компетентность – что это такое и почему это важно? URL: <https://possibleworks.com/blog/entrepreneurship-competency/>. (14.11.2024).
2. Марко Ван Гельдерен. Развитие предпринимательских компетенций посредством целенаправленной практики. 2022г. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/et-10-2021-0396/full/html>. (14.11.2024).
3. Лобанова Е. В. Технология проектного обучения: история и современность. Молодой ученый. 2022. № 11 (406). С. 253-256. URL: <https://moluch.ru/archive/406/89552/> (14.11.2024).
4. Технология проектного обучения: эффективный подход к развитию навыков и знаний. 2023. URL: <https://nauchniestati.ru/spravka/tehnologiya-proektnogo-obucheniya/> (14.11.2024).
5. Джон Маккарти. 3 распространенных проблемы проектного обучения и их решения. 2019. URL: <https://www.edutopia.org/article/3-common-pbl-problems-and-solutions> (14.11.2024).
6. Большие идеи для лучших школ: десять способов улучшить образование. URL: <https://www.edutopia.org/big-ideas>. (15.11.2024)

УДК 657.1

УЧЕТ И АУДИТ РАСЧЁТОВ С ПОСТАВЩИКАМИ И ПОДРЯДЧИКАМИ И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

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

Аннотация: В статье рассматриваются ключевые аспекты учёта и аудита расчётов с поставщиками и подрядчиками, а также выявляются направления их совершенствования.

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

ACCOUNTING AND AUDITING OF SETTLEMENTS WITH SUPPLIERS AND CONTRACTORS AND DIRECTIONS FOR THEIR IMPROVEMENT

Abstract: The article examines the key aspects of accounting and auditing settlements with suppliers and contractors, and identifies areas for their improvement.

Keywords: calculations, suppliers, contractors, accounting, audit.

Расчёты с поставщиками и подрядчиками являются одним из ключевых аспектов деятельности любой организации. От правильности учёта и аудита этих операций зависит финансовая стабильность компании и её репутация на рынке. В данной статье рассмотрим основные проблемы учёта и аудита расчётов с поставщиками и подрядчиками, а также предложим направления их совершенствования.

Актуальность исследования обусловлена постоянными изменениями в экономической среде, влияющими на финансовые отношения между предприятиями. Особенно важным является обеспечение прозрачности и надёжности учёта, что напрямую сказывается на финансовом состоянии организаций и их репутации на рынке.

В условиях современного бизнеса расчёты с поставщиками и подрядчиками занимают важное место в финансовом управлении организациями. Эффективный учёт и аудит этих расчётов являются необходимыми условиями для минимизации финансовых рисков и повышения конкурентоспособности. В связи с этим исследование вопросов учётной политики и аудиторского контроля в данной области представляется актуальным и востребованным.

Расчёты с поставщиками и подрядчиками – это процесс учёта и контроля операций, связанных с приобретением товаров, работ и услуг у сторонних организаций. Он включает в себя отражение в бухгалтерском учёте всех операций, связанных с расчётами за приобретённые товары, работы и услуги, а также с выдачей авансов под поставку материальных ценностей или выполнение работ.

Учёт расчётов с поставщиками и подрядчиками – это важная часть бухгалтерского учёта, которая включает в себя контроль и регистрацию всех операций, связанных с приобретением товаров и услуг, а также выплатами за них. Рассмотрим основные аспекты учёта [2]:

- исходные документы. Для учёта расчётов с поставщиками и подрядчиками необходимо правильно оформлять следующие документы: договоры на поставку товаров, оказание услуг или выполнение работ; счета-фактуры; кредитные и товарные накладные; акты приёмки выполненных работ или оказанных услуг.

- запись операций. Все операции, связанные с расчетами, должны быть зарегистрированы в бухгалтерском учёте.

- контроль задолженности. Регулярный мониторинг расчетов с поставщиками и подрядчиками позволяет контролировать задолженность, избегать просрочек и недоразумений. Это можно делать, используя журналы учёта расчетов, регистрацию задолженности в бухгалтерских программах, своевременное проведение инвентаризации.

- анализ и отчётность. Для анализа расчётов с поставщиками и подрядчиками необходимо составлять отчёты о дебиторской и кредиторской задолженности, отчёты по срокам и видам расчётов, анализ условий оплаты и заключённых договоров.

- налоговые аспекты. Учет расчётов с поставщиками и подрядчиками также должен вести к правильной уплате налогов. Следует учитывать: НДС, входящий в расчеты; условия налогового учёта (например, возможность вычета НДС).

- методологии учёта. В зависимости от размера компании и объёмов операций, могут использоваться разные методологии учёта: кассовый метод и метод начисления. При кассовом методе учёт осуществляется на основе фактического движения денежных средств. Расчеты отражаются в учете только после осуществления платежа. При методе начисления расчеты фиксируются на момент возникновения обязательств, а не их исполнения. Это позволяет более точно отражать финансовые результаты и обязательства организации.

- учет на счетах бухгалтерского учета. Счет 60 "Расчеты с поставщиками и подрядчиками": здесь отражаются все расчетные операции, связанные с приобретением товаров, работ и услуг. Счета 76 "Расчеты с прочими дебиторами и кредиторами": могут использоваться для учета расчетов с подрядчиками по отдельным договорам.

- проблемы и риски. К частым проблемам могут относиться: ошибки в документации, просрочка платежей, разногласия с поставщиками.

Аудит расчётов с поставщиками и подрядчиками направлен на оценку достоверности учетной информации, выявление недостатков в учёте и возможности их устранения. Он является важным процессом, который помогает компаниям контролировать свои финансовые обязательства, повышать эффективность управления ресурсами и минимизировать риски. Основные задачи аудита включают проверку правильности учётных записей, соблюдение законодательства и оценку финансовых рисков. Этот аудит может включать в себя несколько ключевых этапов и аспектов [3]:

- подготовка к аудиту. Определение целей и задач: что именно необходимо проверить – правильность расчетов, соответствие договорам, соблюдение сроков платежей и т.д. Сбор информации, необходимой для проведения аудита: договоры с поставщиками и подрядчиками, акты выполненных работ, счета-фактуры, платежные поручения и другая документация.

- анализ документации. Проверка договоров на выполнение всех условий, упомянутых в них, анализ актов выполненных работ на соответствие фактически выполненным работам, установленных договорами. Сравнение счетов и платежей: сопоставление выставленных счетов с фактически осуществлёнными платежами.

- проверка расчетов. Проверка правильности расчетов по каждому счету и оценка сроков платежей, то есть проверка соблюдения сроков внесения платежей, оценка возможных штрафных санкций за задержки.

- оценка рисков. Выявление несоответствий: находить и анализировать возможные ошибки и нарушения. Оценка задолженности перед поставщиками и подрядчиками, а также выявление возможных рисков, связанных с зависимостью от отдельных партнёров.

- рекомендации и улучшения. На основании выявленных проблем разработать учётные и финансовые рекомендации по улучшению процессов расчётов, а также установка контрольных мероприятий: внедрение системы контроля, чтобы минимизировать риски в будущем.

- отчёты и документирование. Подготовка итогового отчета с результатами аудита, рекомендациями и планом действий и документальное оформление всех выявленных фактов и рекомендаций для дальнейшего анализа и использования.

Регулярное проведение аудита расчетов с поставщиками и подрядчиками помогает не только поддерживать финансовую дисциплину, но и улучшать отношения с партнерами, а также обеспечивать устойчивость бизнеса в целом.

Учет расчетов с поставщиками и подрядчиками – важный аспект финансового менеджмента любого бизнеса. В процессе учета могут возникать различные проблемы, среди которых можно выделить следующие:

- преобладание дебиторской задолженности. Дебиторская задолженность может привести к неплатёжеспособности организации и даже к ликвидации. Важно постоянно отслеживать уровень задолженности.

- несоответствие данных в документах. Одной из основных проблем учёта расчётов с поставщиками и подрядчиками является несоответствие данных в различных документах. Это может быть связано с ошибками при заполнении документов, опечатками, использованием разных формулировок для обозначения одних и тех же понятий и другими факторами.

- сложность анализа документации. Анализ документации, связанной с расчётами с поставщиками и подрядчиками, может быть сложным и трудоёмким процессом. Необходимо учитывать множество различных договоров, счетов, актов выполненных работ и других документов. Кроме того, документы могут быть оформлены по-разному, что затрудняет их сопоставление и анализ.

- риск ошибок и конфликтов. Несоответствие данных в документах может привести к ошибкам в учёте расчётов и конфликтам с поставщиками и подрядчиками. Это может привести к дополнительным расходам на исправление ошибок, штрафам за несвоевременную оплату или другие нарушения условий договоров, а также к ухудшению репутации компании.

- необходимость контроля платежей. Для предотвращения ошибок и конфликтов необходимо осуществлять контроль платежей. Это включает в себя анализ документации, сравнение счетов и платежей, а также анализ актов выполненных работ.

- отсутствие автоматизации. В некоторых случаях учёт расчётов с поставщиками и подрядчиками может осуществляться вручную, что приводит к ошибкам и увеличению трудозатрат. Автоматизация этого процесса может помочь снизить риск ошибок и ускорить обработку документов.

- сложность анализа финансовых операций. Анализ финансовых операций, связанных с расчётами с поставщиками и подрядчиками, также может быть сложным процессом. Необходимо учитывать множество факторов, таких как сроки оплаты, условия договоров, курсы валют и другие.

- необходимость соблюдения условий договоров. Основной целью учёта расчётов с поставщиками и подрядчиками является соблюдение условий договоров и точность финансовых операций. Это позволяет предотвратить возможные конфликты и споры между сторонами.

- сложность подготовки отчётов. По результатам анализа документации и контроля платежей необходимо подготовить отчёт. Это может быть сложным процессом, особенно если необходимо учитывать множество факторов и данных.

- необходимость обучения персонала. Для эффективного учёта расчётов с поставщиками и подрядчиками необходимо обучить персонал компании. Это позволит сотрудникам правильно заполнять документы, анализировать документацию и контролировать платежи.

- сложность интеграции с другими системами. Учёт расчётов с поставщиками и подрядчиками часто интегрируется с другими системами, такими как система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) или система управления запасами (WMS). Это может усложнить процесс учёта и потребовать дополнительных усилий для интеграции систем.

Решение этих проблем может помочь улучшить учёт расчётов с поставщиками и подрядчиками, снизить риск ошибок и конфликтов, а также ускорить обработку документов и анализ финансовых операций. Для этого могут быть проведены следующие мероприятия:

Введение современных информационных систем для учета расчётов и аудита позволит значительно повысить эффективность и точность учётных операций. Автоматизация процессов также снизит вероятность ошибок и упростит документооборот. Использование современных программных продуктов, таких как «1С: Бухгалтерия 8.3», позволит ускорить обработку документации и повысить качество учёта.

Разработка и внедрение эффективных систем внутреннего контроля помогут снизить риски финансовых операций. Важно четко определить процедуры проверки и авторизации платежей, а также контролировать исполнение обязательств перед поставщиками и подрядчиками.

Квалифицированные кадры играют ключевую роль в успешном учёте и аудите. Регулярное проведение обучающих мероприятий для сотрудников, ответственных за учёт расчётов, позволит повысить квалификацию персонала и снизить вероятность ошибок.

Эффективный учёт и аудит расчётов с поставщиками и подрядчиками являются важными элементами финансового управления организациями. Направления совершенствования этих процессов, включая автоматизацию, улучшение внутреннего контроля и повышение квалификации специалистов, способны значительно улучшить финансовые показатели и минимизировать риски. В условиях динамичной экономической среды акцент на совершенствование учёта и аудита становится не только актуальным, но и необходимым для обеспечения устойчивого развития организаций.

Учёт расчётов с поставщиками и подрядчиками – важная функция, помогающая обеспечить финансовую устойчивость компании, избежать задолженности и наладить надёжные деловые отношения. Регулярный контроль и тщательное ведение документации помогут максимально эффективно управлять этими процессами.

Методы учёта расчётов могут варьироваться в зависимости от специфики организации и отраслевых стандартов. Наиболее распространёнными являются кассовый и бухгалтерский методы. Кассовый метод фиксирует расчёты по факту платежа, в то время как бухгалтерский – на основании документов, подтверждающих обязательства.

Аудит расчётов с поставщиками и подрядчиками позволяет выявить ошибки и нарушения в учёте и отчётности, которые могут привести к финансовым потерям и санкциям со стороны налоговых органов. Результаты аудита могут быть использованы для разработки рекомендаций по устранению выявленных ошибок и нарушений, а также для повышения эффективности системы внутреннего контроля за расчётами с поставщиками и подрядчиками.

Совершенствование учёта и аудита расчётов с поставщиками и подрядчиками является важным направлением развития финансового менеджмента организации. Применение предложенных направлений позволит улучшить качество учёта, снизить дебиторскую задолженность и достичь стабильности в работе компании.

Библиографический список

1. Федеральный закон "О бухгалтерском учете" от 06.12.2011 N 402-ФЗ.
2. Алисенов А. С. Бухгалтерский финансовый учет : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А.С. Алисенов. 4-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2024. 521 с. URL: <https://urait.ru/bcode/537191/p.358> (дата обращения: 13.11.2024).
3. Аудит : учебник и практикум для вузов / М.А. Штефан, О.А. Замотаева, Н.В. Максимова, А. В. Шурыгин ; под редакцией М.А. Штефан. 4-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2024. с. URL: <https://urait.ru/bcode/544932/p.4> (дата обращения: 13.11.2024).
4. Управление финансовыми рисками : учебник и практикум для вузов / И.П. Хоминич [и др.] ; под редакцией И.П. Хоминич. 3-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2024. 569 с. URL: <https://urait.ru/bcode/545454/p.5> (дата обращения: 13.11.2024).

УДК 338

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УЧЕТА ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ В РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Ицков А.Ю., бакалавр 4-го курса

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

Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация. В статье рассматриваются сущность готовой продукции и ключевые задачи в рамках ведения ее учета согласно законодательно закреплённом ПБУ. Изучены наиболее актуальные вопросы и тенденции в области ведения учетного процесса готовой продукции в организации, а также проанализированы примеры их реализации на примере предприятия ОАО «Клинцовский хлебокомбинат».

Ключевые слова: учет готовой продукции, учетные процессы, бухгалтерский учет, производственный процесс, предприятие.

CURRENT ISSUES OF ACCOUNTING FOR FINISHED PRODUCTS IN RUSSIAN ORGANIZATIONS

Itskov A.Y. Bachelor of the 4th year

Scientific supervisor: N.N. Gubernatorova, Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The article examines the essence of the finished product and the key tasks in the framework of its accounting according to the legislatively fixed PBU. The most pressing issues and trends in the field of accounting of finished products in the organization are studied, as well as examples of their implementation are analyzed on the example of the enterprise JSC Klintsovsky Bakery.

Keywords: accounting of finished products, accounting processes, accounting, production process, enterprise.

В соответствии с современными темпами развития российской экономики, а также с учетом постоянно возрастающего уровня конкурентной борьбы между организациями на рынке, все более важным вопросом, встающим перед руководительским составом любой компании, становится показатель прибыльности и рентабельности производства. Два данных аспекта, очевидно, довольно тесно взаимосвязаны между собой и, в конечном итоге, определяют уровень общей эффективности функционирования хозяйствующего субъекта. Одним из наиболее критичных внутренних бизнес-процессов к рассмотрению в рамках данного вопроса является учет и реализация готовой продукции, т.к. именно готовая продукция, фактически, и является ключевым доходом для любой организации, влияя самым непосредственным образом и на прибыльность, и на рентабельность, и на конкурентоспособность, и на еще довольно обширный ряд показателей хозяйственной деятельности современных предприятий.

Актуальность рассматриваемой тематики обуславливается тем, что, как уже было отмечено ранее, готовая продукция, а если говорить точнее, качество ее учета и дальнейшей реализации, самым непосредственным образом влияют на итоговый финансовый результат деятельности организации, на долю рынка сбыта (т.е. степень наполняемости рынка продукцией конкретной компании), на конкурентоспособность организации (чем больше товаров было реализовано на рынке, тем большую прибыль будет получать компания и тем большее конкурентное преимущество она будет иметь относительно соперников) и др. И для достижения всех данных позитивных результатов критически важно не только настроить качественный процесс реализации, но и организованность учета, т.к. корректно сформулированный и адаптированный под внутренние бизнес-процессы учет готовой продукции позволит не только контролировать наличие и движение

товаров, но и обеспечивать бесперебойную и налаженную работу компании за счет полного регламентирования всех операционных процессов.

Для начала обратимся к понятийному аппарату в рамках рассматриваемой тематики и разберем что из себя представляет готовая продукция в целом. Так, согласно ПБУ 5/01 готовая продукция представляет собой одну из составных частей материально-производственных запасов, предназначенную для реализации на рынке и являющейся конечным результатом производственного цикла организации. В рамках ведения учета готовой продукции на современных российских предприятиях обычно фигурируют следующие задачи:

- осуществление контроля за ведением учетного документооборота в корректной и установленной форме;
- осуществление контроля за количеством готовой продукции на складе во избежание затаривания складских помещений;
- осуществление контроля за своевременное поступление денежных средств за реализованную готовую продукцию, выполнением условий по имеющимся действующим договоренностям и контрактам в области производимой готовой продукции;
- оценка итоговых финансовых результатов от реализации производимой организацией готовой продукции и др. [1].

Для более предметного рассмотрения наиболее актуальных вопросов, связанных с современным процессом учета готовой продукции, обратимся к хозяйственной деятельности ОАО «Клинцовский хлебокомбинат» и его учетной политики в области готовой продукции.

Чтобы все перечисленные выше задачи могли действительно выполняться, руководительскому составу организации (либо соответствующим компетентным лицам) необходимо иметь четко сформулированную и структурированную по каждому отдельному бизнес-процессу учетную политику, которая разрабатывается исходя из существующей нормативно-правовой базы в области учета, в том числе и учета готовой продукции. Однако, одной из проблем, с которой довольно часто сталкиваются современные организации можно выделить, во-первых, постоянную изменчивость в законодательной базе и требованиях к ведению учета, что в некоторых случаях может вызывать неверное отражение проводимых операций и, как следствие, последующую некорректную трактовку имеющихся данных.

Так, учет готовой продукции в ОАО «Клинцовский хлебокомбинат» ведется на основании приказа Министерства финансов РФ № 180н от 15.11.2021, а также с учетом принципов, закрепленных в ФСБУ 5/2019 «Запасы», что позволяет, во-первых, иметь четко регламентированные процессы отражения операций, связанных с учетом готовой продукции. (табл. 1) [2]

Таблица 1 – Корреспонденции счетов учета готовой продукции ОАО «Клинцовский хлебокомбинат»

Дебет	Кредит	Содержание операции
43 «Готовая продукция»	20 «Основное производство»	принята к учету готовая продукция, выпущенная из основного производства по нормативной (плановой) себестоимости
90 «Продажи»	43 «Готовая продукция»	отгружена продукция по нормативной (плановой) себестоимости
43 «Готовая продукция»	20 «Основное производство»	списаны отклонения (перерасход)
90-2 «Себестоимость продаж»	43 «Готовая продукция»	списаны отклонения, пропорционально отгруженной продукции

Исходя из таблицы выше, можно отметить, что благодаря использованию нормативных документов, в рамках учетной политики сформулированы точные проводки и пояснительное содержание к ним, позволяющее наиболее точным образом отражать происходящие взаимодействия работников с готовой продукцией, а также иметь регламентированный алгоритм действий, минимизирующих возможность некорректного отражения информации.

Вторым, но не менее актуальным вопросом в рамках ведения учета годовой продукции на предприятиях является автоматизация. Не секрет, что на сегодняшний день цифровая трансформация бизнес-процессов стала одним из самых глобальных трендов в российской

экономике и каждая компания, как минимум в целях следования современным рыночным тенденциям и, как максимум, для оптимизации своих рабочих операционных процессов, в том числе и ведения учета готовой продукции. Автоматизация не только значительно снижает вероятность возникновения ошибок ввиду человеческого фактора, но и позволяет быстро получать актуальные данные об актуальном количестве остатков продукции на складах, количестве отгруженной готовой продукции, количестве производственных и запланированных к производству единиц и др., что напрямую влияет на оперативность и качество принимаемых управленческих решений. На современном рынке автоматизированных учетных систем представлено огромное количество вариантов, специфицированных как на отдельном направлении учета готовой продукции, так и на комплексных решениях, включающих в себя данный раздел.

В рамках анализа рассматриваемой организации было выявлено, что автоматизация процессов присутствует и в рамках деятельности ОАО «Клинцовский хлебокомбинат», реализована она в форме программного продукта «1С: Бухгалтерия 8», что является комплексным решением для всего предприятия, сочетающим в себе функции организации в общем информационном пространстве планирования, учета и контроля производственных процессов, ресурсов и материально-денежных потоков и, конечно, учет и движение готовой продукции. Таким образом, в рамках учетной деятельности ОАО «Клинцовский хлебокомбинат» минимизирована степень бюрократизма за счет полноценной замены бумажных документов электронными договорами, что в значительной степени упрощает не только поиск нужных номенклатурных списков, но и приемо-сдаточных накладных, а также договора с поставщиками и покупателями [2].

Еще одним важным вопросом, который фигурирует в рамках изучения современного учета готовой продукции является необходимость наличия системы внутреннего контроля в рамках всего жизненного цикла готовой продукции. Организация учета готовой продукции должна быть практически неразрывно связана с механизмами внутреннего аудита, который, в свою очередь, помогает выявлять слабые места в процессах, задействованных в производстве и движении готовой продукции и своевременно их нивелировать для оптимизации общего бизнес-процесса.

Так, на ОАО «Клинцовский хлебокомбинат» подобный внутренний контроль также реализуется посредством автоматизированного программного продукта. В соответствующее подразделение программного обеспечения изначально вносятся плановые показатели по производственному процессу по каждой отдельной номенклатурной позиции на конкретный временной промежуток, в течение дня/недели/месяца сотрудники непосредственного производства (в данном случае, пекари) заполняют листы о количестве подготовленной продукции и передают соответствующему начальнику цеха для дальнейшего внесения в базу данных, далее, в соответствии с последующими этапами поступления продукции на склад и отгрузки поставщикам также вся необходимая информация вносится в программное обеспечение. В совокупности, данная система сбора и мониторинга данных позволяет иметь четкое понимание по масштабам производственного процесса, выполнению/невыполнению установленных плановых показателей, временными затратами на каждом этапе жизненного цикла продукции, что дает возможность, при возникновении вопросов или проблемных ситуаций, оперативно проанализировать данные за любой необходимый период и понять причину возникших несоответствий. Также, стоит отметить, что благодаря наличию внутреннего аудита появляется возможность более точного планирования в разнорочной перспективе, что позволяет оптимизировать плановые показатели, исходя из текущих производственных возможностей ОАО «Клинцовский хлебокомбинат» [2].

В заключение, можно отметить, что учет готовой продукции действительно является одним из ключевых в рамках ведения учетных процессов. Наиболее актуальные вопросы, задействованные в рамках рассматриваемой темы, обуславливают не только повышение качества конкретного процесса учета готовой продукции, но и смежных процессов, косвенно взаимосвязанных бизнес-процессов. В целом, учет готовой продукции в российских организациях требует комплексного подхода, включающего соблюдение законодательства, автоматизацию процессов, создание систем внутреннего контроля и ряд иных аспектов, которые возникают, исходя из специфики хозяйственной деятельности каждого отдельного предприятия. Суммарно, все эти элементы формируют надежную и, главное, действительно работающую систему учета, способствующую достижению поставленных генеральных целей и задач, поставленных перед организацией – повышению рентабельности, увеличению эффективности работы внутренней среды, повышению конкурентоспособности и финансовой устойчивости.

Библиографический список

1. Об утверждении федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 5/2019 «Запасы»: приказ Министерства финансов РФ 15.11.2019 № 180н [принят Министерством финансов РФ 15.11.2019] // Официальный интернет-портал правовой информации. 2020.

2. ОАО «Клинцовский хлебокомбинат» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.oaokhk.ru/> (Дата обращения: 06.11.2024).

УДК 338

АНАЛИЗ ОПЕРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Ицков А.Ю., бакалавр 4-го курса

Научный руководитель: Ерохина В.Н., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация. В статье рассматривается ключевое содержание анализа операционной деятельности, а также теоретические результаты, которые можно получить благодаря его проведению. Изучены ключевые показатели, фигурирующие в процессе проведения операционного анализа, а также взаимосвязующие и дополняющие виды анализов. Проведена взаимосвязь между проведением анализа операционных процессов и результативностью эффективного управления современной организацией.

Ключевые слова: операционный анализ, анализ операционной деятельности, эффективное управление, операционная деятельность, производственный процесс.

ANALYSIS OF OPERATIONAL PROCESSES AS A TOOL FOR EFFECTIVE MANAGEMENT OF AN ORGANIZATION

Itskov A.Y. Bachelor of the 4th year

Scientific supervisor: V.N. Erokhina, Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The article discusses the key content of the analysis of operational activities, as well as the theoretical results that can be obtained through its implementation. The key indicators that appear in the process of conducting operational analysis, as well as interrelated and complementary types of analyses, have been studied. The interrelation between the analysis of operational processes and the effectiveness of effective management of a modern organization is carried out.

Keywords: operational analysis, analysis of operational activities, effective management, operational activities, production process.

В современных условиях функционирования российской экономики, когда абсолютно каждая организация находится в ограниченных внешней средой условиях и в рамках острой конкуренции, где каждое некорректное действие чревато снижением конкурентоспособности и потерей рыночной доли потребительского сегмента, компаниям крайне важно полностью контролировать свои внутренние бизнес-процессы, а также постоянно их анализировать с целью выявления возможных путей оптимизации и совершенствования. Ключевым и наиболее доходным направлением хозяйственной деятельности любого предприятия является именно его основная или, другими словами, операционная деятельность, которая больше всего нуждается в постоянном мониторинге и контроле со стороны не только руководительского состава, но и рядовых работников, непосредственно задействованных в ее реализации.

Актуальность рассматриваемой тематики обуславливается тем фактом, что операционная деятельность, фактически, включает в себя полный производственный цикл выпускаемой продукции или предоставляемых организацией услуг, т.е. в данном случае устанавливается следующая закономерность – чем качественнее налажена реализация производственного цикла у организации, тем большую доходность в дальнейшем он ей принесет. Исходя из этого и детерминируется необходимость проведения периодического анализа операционных процессов, с помощью которого можно выявлять наиболее эффективные производственные процессы с учетом их дальнейшего масштабирования, а наименее эффективные или нерентабельные оптимизировать

или, во втором случае, полностью искоренять в целях повышения общей рентабельности и эффективности производства.

Для более детального понимания эффективности анализа операционных процессов обратимся к терминологической составляющей данного экономического явления. Так, обобщая представленные в российской экономической литературе трактовки, можно сказать, что анализ операционных процессов представляет собой систему мероприятий по анализу производственных процессов, позволяющий выявить оптимальное соотношение между расходными и доходными статьями при различных объемах производства. С помощью анализа операционной деятельности руководство или соответствующий департамент менеджмента может:

1) выявлять наиболее оптимальную в конкретный период времени методику распределения имеющихся ресурсов для повышения степени рациональности использования сырьевых материалов;

2) определять наиболее и наименее прибыльные итоговые продукты (услуги) для организации для дальнейших корректировок имеющихся производственных процессов с целью оптимизации;

3) понимать необходимый уровень эффективности производства для избежания убыточных финансовых ситуаций;

4) диагностировать текущий уровень рентабельности производства и разрабатывать стратегические мероприятия по ее повышению и др. [3, с. 39-42].

Конечно, описанные выше возможности являются далеко не единственными полезными аспектами, которые можно получать благодаря проведению операционного анализа, однако именно они являются базисными, т.к. исходя из информационного обеспечения по данным областям обретается понимание общей картины внутренней производственной среды организации, что впоследствии помогает разрабатывать комплексные решения по повышению финансовой устойчивости и конкурентного потенциала.

Одним из преимуществ операционного анализа деятельности организации является его замкнутость на 4 ключевых показателях, которые важны не только для точечного выявления слабых сторон, но и которые фигурируют в рамках всего функционирования организации, т.е. информационное обеспечение, получаемое благодаря проведению рассматриваемого вида анализа, будет актуальным не только для конкретно производственных процессов, но и для смежных бизнес-процессов, в той или иной степени взаимосвязанных с изготовлением итогового продукта.

Первым рассматриваемым показателем в рамках операционного анализа является маржинальная прибыль (или, проще говоря, маржа), т.е. разница между выручкой от производства, реализацией продукции и переменными затратами. Необходимость наличия данной маржи обуславливается, во-первых, необходимостью, как минимум, покрытия постоянных производственных затрат (для достижения, хотя бы, точки безубыточности в производстве), а как максимум, для получения прибыли за отчетный период времени. В рамках анализа маржинальной прибыли менеджмент организации также должен учитывать и более узкопрофильные показатели, например рентабельности маржи (доля маржи в общем показателе выручки от операционной деятельности), рентабельность операционной прибыли (общая эффективность реализации основной деятельности организации), коэффициент корректировки выручки (динамика объемов и масштабов производства относительно предшествующих временных периодов).

Вторым показателем, который задействован в рамках операционного анализа является упоминаемая ранее точка безубыточности (или порог рентабельности), которая показывает минимально необходимый уровень производства, чтобы покрывать все имеющиеся переменные и постоянные издержки. Польза точки безубыточности проявляется в том, что благодаря ее определению можно выявить не только минимальные производственные показатели, но и сформировать оптимальную ценовую политику на производимые товары или оказываемые услуги, определить ориентировочное время перехода с периода «работы в 0» в период работы на маржинальную прибыль и общее финансовое состояние организации.

Третий показатель, фигурирующий в анализе операционных процессов – это запас финансовой прочности, помогающий понять текущее финансовое положение компании, а также ближайшие перспективы дальнейшего развития: в положительную или отрицательную тенденцию. С помощью коэффициента запаса финансовой прочности менеджмент организации может выявлять краткосрочные и среднесрочные финансовые риски в рамках текущих производственных процессов, осуществлять прогнозные мероприятия в тех же временных сроках в области динамики производства и реализации продукции, а также сравнивать различные номенклатурные

производственные позиции по степени их рентабельности и прибыльности для организации (в случае, если организация имеет несколько товарно-производственных направлений).

Последним, но не менее важным показателем, является операционный леверидж (или производственный рычаг), отвечающий за взаимосвязь динамики производства с динамикой получаемой прибыли. Фактически, операционный леверидж характеризует степень зависимости организации от постоянных затрат, включенных в установленную себестоимость производимой продукции, что, в свою очередь, позволяет прогнозировать изменение прибыли от корректировки выручки от производства. В рамках анализа операционных процессов могут рассматриваться следующие виды производственных рычагов: ценовой операционный рычаг (как изменится прибыль при заданном изменении цены) и натуральный операционный рычаг (как изменится прибыль при заданном изменении объемов производства) [4, с.87-89].

В совокупности, все описанные выше показатели, дают как общую, так и детальную характеристику производственных процессов, которая в дальнейшем подлежит информационной обработке компетентными сотрудниками и используется для формирования стратегических мероприятий по повышению производственной эффективности, например в области оптимизации производственной программы, модернизации производственной материально-технической базы, разработки ценовой политики и др., что, в конечном итоге, повышает итоговую эффективность деятельности, а также позволяет осуществлять более предметный мониторинг и контроль выявленных слабых зон. Помимо этого, рассматривая операционный анализ в рамках целостного управления организацией, можно отметить, что результаты анализа операционной деятельности также можно коррелировать с иными анализами сопутствующих областей функционирования организации, что в совокупности предоставляет максимально подробный результативный эффект, использующийся в дальнейшем в рамках разработки менеджментом организации стратегии поведения, как в области внутренней среды организации, так и в политике взаимодействия с внешней средой (рис. 1) [3, с. 58].

Анализ бизнес-логики	Функционально-стоимостной анализ	ABC-анализ	Анализ ключевых показателей эффективности
Краткое содержание			
Подробное описание операционных процессов и их взаимосвязи с учетом бизнес-правил конкретной фирмы	Оценка себестоимости бизнес-процессов, исходя из заложенных в них конкретных функций	Выявление наиболее значимой продукции (товаров, услуг) по показателям выручки и валовой прибыли	Оценка эффективности действий, выполняемых при операционных бизнес-процессах
Результат применения			
Определение четкого алгоритма действий персонала при организации операционных бизнес-процессов	Поиск резервов экономии расходов и роста объемов производства	Оптимизация ассортиментной политики	Выявление путей оптимизации бизнес-процессов для улучшения финансового положения фирмы

Рисунок 1. Методологические анализы деятельности организации коррелирующие с операционным анализом

Таким образом, можно отметить, что операционный анализ является одним из ключевых инструментов управления организацией по нескольким причинам: во-первых, в рамках проведения анализа операционной деятельности задействуются показатели, наличие нормативных значений которых определяет не только эффективность производственного процесса, но и деятельности всего предприятия в целом; во-вторых, операционный анализ является универсальным инструментом, т.к., при необходимости, может реализовываться как в полноразмерном формате, так и в составных или коррелирующих частях, что позволяет как комплексно оценить текущее состояние организации производства, так и точечные области; в-третьих, анализ операционной деятельности, фактически, выявляет эффективность/неэффективность работы фундаментальных процессов, на которых строится вся деятельность компании, что, очевидно, создает необходимость постоянного контроля и мониторинга с целью поддержания требуемого уровня производительности; и в-четвертых, те результаты, которые можно получить от проведения операционного анализа влияют на самую главную экономическую цель абсолютно любого предприятия, функционирующего на рынке, – получение максимально возможной доходности, что, как всем известно, возможно только благодаря тщательному и трепетному отношению со стороны руководящих должностей к всевозможным анализам. В конечном итоге, периодическая

реализация качественного анализа операционной деятельности оказывает влияние на все главные цели организации – достижение конкурентоспособности (за счет оптимизации производства), поддержания стабильного финансового состояния (за счет мониторинга за финансовыми показателями) и удержания высокой доходности (за счет формирования грамотной ценовой политики, отслеживания маржинальных коэффициентов и реализации безубыточного производства), что и является следствием эффективного управления организацией.

Библиографический список

1. О бухгалтерском учете: Федер. закон от 06.12.2011 №402-ФЗ [принят Государственной Думой 22 ноября 2011г.; одобрен Советом Федерации 29 декабря 2011г.] // Собрание законодательства Российской Федерации. 2011. № 50. Ст. 7344
2. О введении международных стандартов финансовой отчетности и разъяснений международных стандартов финансовой отчетности в действие на территории российской федерации и о признании утратившими силу некоторых приказов (отдельных положений приказов) министерства финансов российской федерации: Приказ Министерства финансов РФ от 28.12.2015 № 217н [зарегистрирован Минюстом России 2 февраля 2016 № 40940] // Официальный интернет-портал правовой информации. 2016
3. Бариленко В.И., Анализ деятельности экономических субъектов: учебник / И.В. Зенкина. Москва: КноРус, 2023. 379 с.
4. Ситнов А.А. Операционный аудит: монография / А.А. Ситнов. Москва: КноРус, 2021. 222 с.

УДК 336.6

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ОБОРОТНЫХ АКТИВОВ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Капитонова П.А. бакалавр 4-го курса
Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В данной статье рассматриваются методические подходы к анализу оборотных активов коммерческой организации. Особое внимание уделяется выбору методов и показателей, которые позволяют получить наиболее полную и точную информацию о состоянии оборотных активов.
Ключевые слова: оборонные активы, анализ, методические подходы, методология, вертикальный анализ, горизонтальный анализ, коэффициентный анализ, сравнительный анализ, факторный анализ.

METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE ANALYSIS OF CURRENT ASSETS OF A COMMERCIAL ORGANIZATION

Kapitonova P.A. bachelor's degree of the 3rd year
Supervisor: Gubernatorova N.N., Candidate of Economics Sciences, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. This article discusses methodological approaches to the analysis of current assets of a commercial organization. Particular attention is paid to the selection of methods and indicators that allow you to obtain the most complete and accurate information about the state of current assets.

Keywords: defense assets, analysis, methodological approaches, methodology, vertical analysis, horizontal analysis, coefficient analysis, comparative analysis, factor analysis.

В условиях современной бизнес-среды, характеризующейся высокой степенью конкуренции и постоянными изменениями, эффективное управление оборонными активами становится ключевым фактором успеха для коммерческих организаций. Оборонные активы представляют собой совокупность ресурсов, необходимых для обеспечения безопасности и стабильности функционирования предприятия. В их число входят финансовые, материальные, человеческие, информационные и другие виды ресурсов, а также системы управления и контроля, направленные на минимизацию рисков и обеспечение бесперебойной работы организации.

Анализ оборонных активов является важным этапом в процессе стратегического планирования и принятия управленческих решений. Он позволяет оценить текущее состояние и эффективность использования оборонных ресурсов, выявить слабые места и определить направления для улучшения. В данной статье рассматриваются методические подходы к анализу оборонных активов, применяемые в современной практике, а также обсуждаются основные

тенденции и перспективы развития в этой области. Целью анализа оборотных активов считается выявление резервов нормализации оборотных средств, а также повышение платёжеспособности



предприятия. Помимо целей также отмечают следующие «основные задачи и этапы анализа оборотных активов, которые представлены на рисунке 1:

:

Рисунок 1 – Основные задачи и этапы анализа оборотных активов

В научной литературе и профессиональных публикациях методология анализа оборотных активов предприятия освещена широко, вместе с тем в отраслевом аспекте эта тема остается актуальной и продолжает вызывать научно-практический интерес.

Выбор методов исследования определяется спецификой предмета и поставленными задачами. Для оценки состояния и движения оборотных активов в заданном периоде времени применяются вертикальный (структурный) и горизонтальный (динамический) анализ. Для оценки эффективности использования оборотных активов привлекаются такие методы, как коэффициентный, сравнительный и факторный анализ

Вертикальный метод анализа – это способ исследования структуры оборотных активов организации, который позволяет определить долю каждого элемента оборотных активов в их общем объеме. Данный метод предоставляет важную информацию о распределении ресурсов и их использовании внутри компании. Он основывается на четырех аналитических процедурах: агрегирование показателей баланса в аналитический баланс; расчёт показателей структуры оборотных активов в разрезе их видов; расчёт отклонений в структуре оборотных активов за сравниваемые периоды; выявление основных тенденций и закономерностей в изменении оборотных средств и обусловивших их факторов.

Процесс вертикального анализа оборотных активов включает следующие этапы:

- сбор данных о структуре оборотных активов организации за определённый период.

- расчёт доли каждого элемента оборотных активов в их общем объеме с использованием относительных показателей.

- сравнение полученных результатов с предыдущими периодами или с данными других организаций для выявления тенденций и изменений в структуре оборотных активов.

Горизонтальный метод анализа позволяет определить: абсолютное изменение текущих активов; относительное изменение или темп прироста; относительное отклонение оборотных средств. На основе собранных данных рассчитываются абсолютные показатели, отражающие изменение стоимости оборотных активов в денежном выражении, и относительные показатели, показывающие изменение их доли в общем объеме активов. Полученные результаты сравниваются с данными предыдущих периодов, что позволяет выявить тенденции и изменения в структуре оборотных активов.

Коэффициентный метод анализа оборотных активов – это оценка эффективности использования оборотных средств компании с помощью ряда показателей, называемых коэффициентами. Этот метод позволяет выявить слабые места в управлении оборотными

активами и принять меры по их оптимизации. Для анализа оборотных активов используется показатель «оборачиваемость».

Формула для расчета коэффициента оборачиваемости оборотных:

$$K_{Ooa} = \text{Выручка} / O_{Acg},$$

где K_{Ooa} – коэффициент оборачиваемости ОА;

Выручка – показатель строки 2110 ответа о финансовых результатах;

O_{Acg} – ОА среднегодовое значение;

Формула для расчета среднегодового значения ОА:

$$O_{Acg} = (O_{An.g.} + O_{Ak.g.}) / 2$$

где $O_{An.g.}$ – ОА на начало года

$O_{Ak.g.}$ – ОА на конец года

Для оценки эффективности использования материальных ресурсов применяются обобщающие и частные показатели. При этом важнейшим показателем выступает материалоотдача, характеризующая выпуск продукции с каждого рубля материальных затрат. Кроме того, при анализе можно использовать такие частные показатели, как период (длительность) одного оборота, коэффициент рентабельности оборотных активов. В процессе анализа рассчитанные показатели сопоставляются в динамике и с плановыми, выявляются благоприятные и неблагоприятные отклонения и их причины.

Сравнительный анализ оборотных активов – это метод исследования, который позволяет сопоставить показатели оборотных активов организации с данными других компаний или с отраслевыми нормативами. Данный метод позволяет выявить сильные и слабые стороны организации в управлении оборотными активами, а также определить направления для улучшения эффективности их использования.

Факторный анализ позволяет выявить факторы, влияющие на изменение оборотных средств, и определить их значимость. Применение факторного анализа на практике позволяет повысить эффективность использования оборотных средств и оптимизировать их использование. Основными факторами, влияющими на изменение оборотных средств, являются: изменение объема производства продукции (увеличение объема производства приводит к росту потребности в оборотных средствах); изменение структуры выпускаемой продукции (изменение ассортимента выпускаемой продукции может привести к изменению потребности в оборотных средствах); изменение скорости оборота оборотных средств (ускорение оборачиваемости оборотных средств приводит к высвобождению оборотных средств, а замедление – к дополнительному привлечению)

В заключение можно сказать, что анализ оборотных активов является важным инструментом для оценки финансового состояния коммерческой организации. Он позволяет определить эффективность использования оборотных активов, выявить проблемы с ликвидностью и оборачиваемостью, а также сравнить показатели с другими компаниями. На основе результатов анализа можно разработать рекомендации по улучшению финансового состояния компании.

Библиографический список

1. Полянская Н.М. Анализ оборотных активов предприятия: организационно-методические основы и практика применения // Дайджест-финансы. 2020. №3 (255). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-oborotnyh-aktivov-predpriyatiya-organizatsionno-metodicheskie-osnovy-i-praktika-primeneniya-1> (дата обращения: 20.11.2024).
2. Управленческий учет : учебное пособие / О.Д. Соловьев, А.В. Горбачева, Е.С. Игонина [и др.] ; под общ. ред. О. Д. Соловьева. Москва : Русайнс, 2023. 142 с. URL: <https://book.ru/book/951823> (дата обращения: 20.11.2024).

УДК 338.2

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ

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

Аннотация. В статье рассматривается определение инвестиционной привлекательности организации, а также ее ключевые составляющие и факторы, обуславливающие формирование ее уровня. Проанализированы методы оценки инвестиционной привлекательности, выделены их преимущества и недостатки. Изучены сторонние аспекты, влияющие на заинтересованность инвесторов при выборе субъекта инвестирования и их взаимосвязь с уровнем конкурентоспособности компаний.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, инвестор, хозяйствующий субъект, конкурентоспособность, инвестиционные потоки.

INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF COMMERCIAL ORGANIZATIONS IN THE CONTEXT OF SANCTIONS PRESSURE

Kosheleva N.Yu. Bachelor of the 4th year

*Scientific supervisor: E.V. Gubanova, Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The article considers the definition of the investment attractiveness of an organization, as well as its key components and factors that determine the formation of its level. The methods of assessing investment attractiveness are analyzed, their advantages and disadvantages are highlighted. The third-party aspects influencing the interest of investors in choosing an investment subject and their relationship with the level of competitiveness of companies are studied.

Keywords: investment attractiveness, investor, business entity, competitiveness, investment flows.

В современных условиях функционирования национальной экономической системы, когда на российском рынке представлено огромное количество различных компаний, начиная с категории самозанятых граждан и заканчивая крупными организациями с активами на миллиарды рублей, наблюдается и жесткий уровень конкуренции, а также санкционного давления, в рамках которого каждый из рыночных игроков стремится не только укрепить свою рыночную позицию и получить наибольшую клиентскую базу, но и в целом удержаться на рынке, выдерживая наступательные и оборонительные стратегические действия со стороны конкурентов. В рамках стремления поддержать и, при наличии возможностей, повысить свой уровень конкурентоспособности, компаниям необходимо на постоянной основе следить за изменениями в потребностях и запросах потребительского сегмента, за активностью конкурентов, за корректировками в бизнес-среде, а также стимулировать повышение своей инвестиционной привлекательности с целью не только получения более статусного положения относительно организаций-соперников, но и привлечения внимания потенциальных инвесторов, которые способны в значительной степени помочь субъектам хозяйственной деятельности развиваться в столь затрудненных условиях работы.

Актуальность рассматриваемой тематики обуславливается, прежде всего, тем, что инвестиционная привлекательность для организации является одним из ключевых конкурентных преимуществ, т.к. именно данный фактор обеспечивает возможность получения дополнительных денежных средств для развития организации и (или) заинтересованного в развитии компании стороннего физического или юридического лица. В обоих случаях компания, чья инвестиционная привлекательность имеет высокий уровень, обладает большими шансами на успешную реализацию на рынке, т.к., в условиях актуальной на сегодняшний день ограниченности финансовыми и материальными ресурсами, особенно важным становится финансовый вопрос, когда для раскрытия потенциала компании не хватает финансового обеспечения, что, соответственно, может достаточно эффективно решиться при наличии входящих инвестиционных потоков.

Само по себе определение инвестиционной привлекательности имеет многогранные трактовки со стороны российских и зарубежных авторов, однако, если обобщать наиболее часто встречающиеся трактования, то данный термин можно сформулировать, как систему мер и факторов, определяющих готовность инвесторов вкладывать свои средства в развитие конкретного хозяйствующего субъекта с последующей целью удовлетворения внутренних интересов и потребностей организации. Среди ключевых факторов, из которых складывается уровень инвестиционной привлекательности компаний, можно выделить:

1) производственный потенциал (производственная мощность организации, т.е. максимально возможный результат от хозяйственной деятельности организации при заданном уровне

материально-технического оснащения, работающего персонала, системы организации производственных и управленческих бизнес-процессов);

2) рыночный потенциал (количество и качество имеющихся у организации конкурентных преимуществ, степень уникальности представляемого на рынок итогового продукта, грамотное стратегическое поведение организации в конкурентной среде);

3) финансовый потенциал (финансовое положение организации, возможность привлечения дополнительных финансовых ресурсов, наличие/отсутствие скрытых убытков);

4) человеческий потенциал (степень квалификации и приверженности к рабочему функционалу персонала организации, уровень профессионально-личностного развития сотрудников, степень замотивированности к выполнению своих рабочих обязанностей) [3, с. 37-38].

Стоит отметить, что каждый из факторов, указанных выше, также является и фактором, влияющим на уровень конкурентоспособности организации, т.е., фактически, можно сказать, что, чем выше конкурентоспособность организации, тем для большего количества инвесторов она будет привлекательна. Однако стоит отметить и то, что инвестиционная привлекательность может складываться не только из базисных показателей конкурентного потенциала организации, но и из перспективности ее дальнейшего развития на рынке в сочетании со степенью уникальности и функционалом, способным проработать незакрытые потребности на рынке.

Для более детального понимания руководительским составом степени инвестиционной привлекательности организации в российской практике представлено достаточное количество разноплановых методов, каждый из которых учитывает различные факторы хозяйственной деятельности, а также ключевые ориентиры развития, на которые конкретная компания опирается и которые являются наиболее предпочтительными для потенциальных инвесторов, готовых вкладывать свои денежные средства. Среди таких методов можно выделить:

1) интегральный метод оценки – базируется на динамическом анализе и текущем учете нормативных и плановых производственных и финансовых показателей;

2) метод Дельфи – определение степени инвестиционной привлекательности организации путем привлечения группы сторонних экспертов, которые при обсуждении актуальных вопросов определяют текущее рыночное положение в организации, вынося компетентные рекомендации по итогам тематических заседаний;

3) дисконтирование денежных потоков – ключевая позиция, на которой основывается данный метод, базируется на предположении о том, что наиболее привлекательной для инвесторов будет организация, поддерживающая стабильный уровень рентабельности и представляющая материальную ценность для инвестиционных потоков [2, с. 229-230].

Однако, с учетом повышения востребованности в проведении анализов инвестиционного потенциала и инвестиционной привлекательности современных организаций, в российской практике стали появляться и авторские гибридные модели, сочетающие в себе несколько ключевых базисных методов и, тем самым, получая более точный результат, позволяющий более точно выяснить слабые стороны к развитию и сильные стороны к масштабированию. Одной из таких методик является квалитетрическая модель Севрюгина, объединяющая в себе анализ и количественных, и качественных показателей хозяйственной деятельности организации. Для более детального понимания сущности методики, обратимся к действующей организации АО «Белгородский хладокомбинат».

Исходя из финансовой отчетности за последние 3 года, проанализируем 3 ключевых блока, включенных в вектор стратегического развития организации и выявим основные факторы к оценке:

1) финансовое состояние (соотношение заемных и собственных средств, текущая ликвидность, оборачиваемость активов, рентабельность продаж и рентабельность собственного капитала);

2) рыночное окружение (инвестиционный климат региона, инвестиционная привлекательность отрасли, географический рынок сбыта продукции, стадия жизненного цикла продукции, уровень конкуренции на рынке, развитость инфраструктуры близлежащей территории, уровень оказываемой экологической нагрузки);

3) корпоративное управление (размер дивидендных выплат за последний календарный год).

После определения факторов, которые будут задействованы в квалитетрической модели, необходимо дать оценку каждому из факторов в рамках блока с учетом коэффициента весомости,

позволяющего получить более точную оценку факторов с учетом степени их значимости относительно иных сопутствующих показателей.

В результате, после осуществления суммирования полученных баллов по всем факторам, получим бальную оценку всех 3 опорных блоков в рамках динамики 3 последних лет: финансовое состояние – 1,04 в рамках всего отчетного периода 2021-2023гг.; рыночное окружение – 0,5 в 2021г., 0,47 в 2022 и 2023гг., соответственно; корпоративное управление – 1,57 в 2021г., 1,54 в 2022 и 2023гг.

После получения блочных промежуточных результатов необходимо выявить итоговый коэффициент инвестиционной привлекательности исследуемой организации путем отношения суммарной балльной оценки всех факторов с учетом коэффициентов весомости к максимально возможной балльной оценке факторов (рис. 1):

Группы факторов, характеризующих	Фактическое суммарное количество баллов (графа 3 табл. 4)			Максимально возможное суммарное количество баллов			Коэффициенты инвестиционной привлекательности			Уровень инвестиционной привлекательности		
1	2			3			4=гр2/гр3			5		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Финансовое состояние	1,04	1,04	1,04	1,26	1,26	1,26	0,83	0,83	0,83	Высокий	Высокий	Высокий
Рыночное окружение	0,5	0,47	0,47	0,78	0,78	0,78	0,64	0,6	0,6	Средний	Средний	Средний
Корпоративное управление	0,03	0,03	0,03	0,09	0,09	0,09	0,33	0,33	0,33	Низкий	Низкий	Низкий
Итого	1,57	1,54	1,54	2,13	2,13	2,13	0,74	0,72	0,72	Средний	Средний	Средний

Рисунок 1. Расчет коэффициентов инвестиционной привлекательности АО «Белгородский хладокомбинат»

Таким образом, можно отметить, что, благодаря проведенному анализу через описанную ранее модель, наблюдается снижение важных для инвестиционной привлекательности показателей, в основном ввиду значительного влияния внешнего окружения организации. На это оказывают ту или иную степень влияния рентабельность продаж, инвестиционная привлекательность региона и отрасли, степень конкуренции на товарном рынке, экологическая нагрузка на окружающую среду и снижение дивидендных выплат. А на дальнейшую эффективность деятельности будет оказывать инвестиционная привлекательность региона, в рамках которого функционирует организация, а также сторонние общеэкономические и политические показатели.

Таким образом, имея понимания сниженных в своей эффективности показателей в целях оптимизации можно предложить к реализации следующие мероприятия:

- 1) увеличение доли наиболее продаваемых товаров АО «Белгородский хладокомбинат» (с целью повышения показателей рентабельности);
- 2) внедрение программы стимулирования труда персонала (повышение эффективности деятельности организации за счет стимулирования персонала к более продуктивной реализации своего функционала).

В целом, благодаря данному методу была получена не только оценка инвестиционной привлекательности компании, но и выявлены недостаточно эффективные внутренние бизнес-процессы (а также бизнес-процессы, имеющие взаимодействие с внешней средой), что, в конечном итоге, является полем для дальнейшей оптимизации с целью, во-первых, большего количества возможностей привлечь инвесторов за счет повышения инвестиционной привлекательности, во-вторых, повысить конкурентоспособность за счет устранения моментов, негативно влияющих на организацию в рамках острой конкурентной региональной ситуации.

Таким образом, можно сказать, что инвестиционная привлекательность российских компаний является, фактически, взаимообусловленным фактором конкурентоспособности. Все мероприятия, выполняемые в рамках цели повышения инвестиционной привлекательности напрямую влияют на рост конкурентного потенциала. Одновременно с этим, имея высокий уровень инвестиционной привлекательности и, как следствие, более высокие шансы привлечь

массовые инвестиционные потоки, организация дополнительно укрепляет свою конкурентоспособность за счет не только появления дополнительного финансирования деятельности, но и открытием ряда новых возможностей, которые будут стимулировать дальнейшую прибыльность и рентабельность предприятия, что, в свою очередь, будет повышать рост инвестиционной привлекательности. Говоря простыми словами, инвестиционная привлекательность является одним из главных факторов конкурентоспособности, а конкурентоспособность в перспективе повышает инвестиционную привлекательность, что, в конечном итоге, детерминирует необходимость актуализации вектора внимания на мониторинг всех составляющих функционирования организации, включенных в реестр аспектов инвестиционного потенциала.

Библиографический список

1. Авдеева В.И., Пирогова Т.Э., Губанова Е.В. Капитал организации как гарант ее финансовой безопасности//Экономика и предпринимательство. 2019. № 2 (103). С. 969-975.
2. Губанова Е.В. Анализ инвестиционной привлекательности организации как фактора повышения ее экономической безопасности. В сборнике: Экономическая безопасность социально-экономических систем: вызовы и возможности. Сборник трудов V Международной научно-практической конференции. Отв. редакторы Е.А. Стрябова, Н.А. Герасимова. Белгород, 2023. С. 229-232.
3. Инвестиционная привлекательность российских компаний и инвестпроектов: оценка и управление: монография / М.А. Федотова, О.В. Лосева, Т.В. Тазихина [и др.]; под общ. ред. М.А. Федотовой, О.В. Лосевой. Москва: КноРус, 2021. 255 с.

УДК 338

УРОВЕНЬ ЗАКРЕДИТОВАННОСТИ РОССИЙСКОГО НАСЕЛЕНИЯ

Кошелченкова Д.И., магистрант 1-го курса

Трудовая В.В., магистрант 1-го курса

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

Аннотация. В статье анализируется текущий уровень закредитованности жителей Российской Федерации относительно динамики двух предыдущих лет. Рассмотрены показатели общего количества активных кредитов, общей суммарной задолженности на одного гражданина, наиболее востребованные в кредитных продуктах возрастные категории граждан, а также регионы РФ с лучшими и худшими показателями закредитованности. Сделаны выводы в рамках проведенного тематического анализа.

Ключевые слова: уровень закредитованности населения, кредитный продукт, микрозайм, Центральный банк, кредит, ипотечное кредитование, автокредит.

THE LEVEL OF CREDITWORTHINESS OF THE RUSSIAN POPULATION

Koshelchenkova D.I. 1st year undergraduate student

Trudovaya V.V., 1st year master's student

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

Abstract. The article analyzes the current level of creditworthiness of residents of the Russian Federation relative to the dynamics of the previous two years. The indicators of the total number of active loans, the total debt per citizen, the age categories of citizens most in demand in credit products, as well as regions of the Russian Federation with the best and worst indicators of creditworthiness are considered. The conclusions are drawn within the framework of the thematic analysis.

Keywords: the level of creditworthiness of the population, credit product, microloan, Central bank, loan, mortgage lending, car loan.

В современных условиях российская экономика находится в дестабилизированном состоянии ввиду напряженной политической ситуации между государствами и наличием ряда ограничительных условий со стороны мирового экономического сообщества, что порождает необходимость ее функционирования в адаптивном формате. Подобный формат на сегодняшний день проявляется в разных аспектах: повышением ценовой политики на все представленные на

рынке товары и услуги, сокращение заработных плат или вакантных рабочих мест на рынке труда, повышение налоговой нагрузки и т.д. В совокупности, все это влияет на общий уровень жизни населения и на социально-экономическую сферу в целом, в частности на показатель закредитованности российских граждан и уровень их долговых обязательств перед финансовыми организациями.

Актуальность рассматриваемой тематики обуславливается, в первую очередь, тем фактом, что уровень закредитованности населения является одним из важнейших показателей финансового состояния государства и одним из факторов, формирующих степень эффективности работы национального финансового сектора и национальной экономической системы в целом, т.к. он является непосредственным отражением количественного использования кредитных ресурсов всей банковской отрасли. В актуальных на сегодняшний день реалиях ситуация на финансовом рынке имеет тенденцию к динамичным изменениям, что детерминирует многих граждан пользоваться дополнительными финансовыми средствами, чтобы удовлетворить свои потребности в рамках своей жизнедеятельности, что детерминирует актуальность рассмотрения динамики кредитования населения и причины роста рассматриваемого показателя.

В рамках изучаемого показателя уровня закредитованности населения будут рассматриваться следующие виды кредитования:

- банковский кредит (потребительские кредиты, залоговые кредиты, автокредиты, ипотечное кредитование, кредитные карты, рефинансирование кредитов, лизинг);
- микрозаймы из МФО (займы размерностью от 10 000 руб. до 1 млн руб.)

Для более детального рассмотрения уровня закредитованности населения в Российской Федерации обратимся к статистическим данным, представленным на официальном портале Центрального банка РФ. Так, за первое полугодие 2024г. общее количество заемщиков в банках и микрофинансовых организаций составило 50,3 млн человек, что, в сравнении с предыдущим 2023г. на ту же отчетную дату, имеет отрицательную динамику в виде повышения на 6,5%, т.е. за год количество людей, оформивших ту или иную форму кредитного займа выросло на 3,6 млн человек (в исчисляемом денежном формате увеличение общей суммы закредитованности увеличилось на 7,7 трлн рублей) (рис. 1) [2].

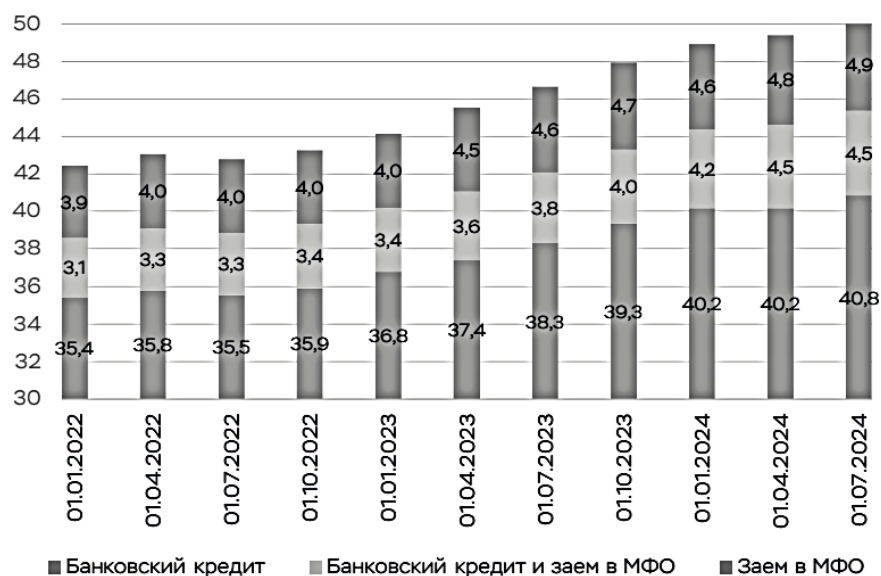


Рисунок 1. Распределение числа заемщиков по типам кредитных продуктов (млн чел)

Так, опираясь на представленный выше рисунок, можно сделать вывод об очевидном росте всех рассматриваемых типов кредитования в динамике рассмотрения двух лет в рамках отчетного периода. Наибольший рост имеет использование типовых банковских кредитов (с 01.07.2022 по 01.07.2024 прирост заемщиков составил 13,6%). Вторая графа характеризует заемщиков, использующих одновременно несколько кредитных продуктов: из банка и из микрофинансовой организации. Прирост по данной категории заемщиков составил 36,3%, что говорит либо о недостаточности одного кредитного продукта для реализации собственных потребностей, либо о стремлении выбирать несколько кредитов с меньшей суммой, чем один с крупной суммой и

долгим сроком. Третья графа, а именно чистые займы из МФО, также имеет аналогичный прирост в 22,5%, что говорит о росте популяризации микрозаймов среди населения, но все еще наличия большего предпочтения в сторону банковских кредитов.

Стоит отметить, что среди общего количества заемщиков, которое, как указывалось ранее, исчисляется количеством в 50,3 млн человек, 13,2 млн человек имеют три и более кредита, в т.ч. и микрозаймов (рис. 2) [1].

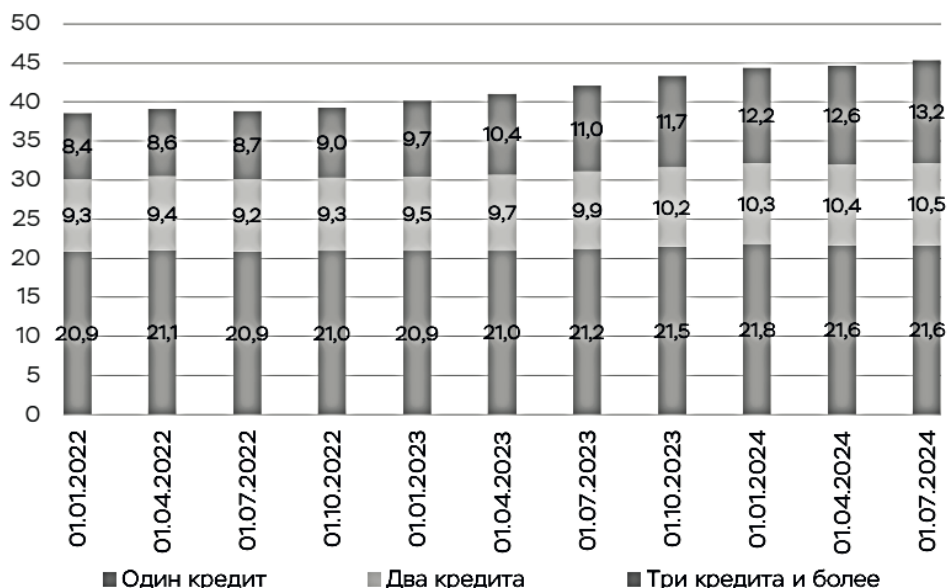


Рисунок 2. Распределение заемщиков по количеству кредитов (млн чел)

Таким образом, обращаясь к представленному выше рисунку, можно отметить, что в значительной степени увеличилось количество людей, имеющих три и более кредитов. Конечно, в большой степени к данной категории граждан относятся владельцы ипотечного кредита, автокредита и уже специфичного количества под каждого отдельного заемщика потребительских кредитов и микрозаймов.

Прирост данной категории людей за отчетный период в 2 года составил более, чем 50%. Столь высокий показатель роста (в негативном контексте) можно объяснить тем, что более 60% граждан оформляют потребительские кредиты для факта наличия первоначального взноса по ипотеке или автокредиту (т.к. по данным видам кредитования работает взаимнообратная созависимость – чем больше первоначальный взнос, тем меньше годовых процентов на ежемесячные платежи) или граждане, относящиеся к данной категории после оформления ипотечного кредита, пользуются услугами потребительских кредитов для реализации ремонтных работ в рамках приобретенной недвижимости. Обращаясь к категории граждан, имеющих один или два кредита, можно отметить относительно стабильный уровень, что говорит о постоянной необходимости определенного количества граждан в получении заемных средств.

Суммарно, по всем показателям, перечисленным выше, согласно данным главного регулятора кредитной деятельности на российском финансовом рынке, средняя задолженность на 01.07.2024 составила ~450 тыс руб. у граждан, имеющих 1 кредит; ~800 тыс руб. у граждан с двумя кредитами и ~1,5 млн руб у граждан с тремя и более кредитами. Подобный результат обуславливается тем, что у двух предпоследних категорий граждан, как правило, есть действующий автокредит или ипотека сроком не менее, чем на 5 лет в первом случае и не менее, чем 10 лет во втором случае, что объясняет столь большую разницу между общей задолженностью граждан с одним кредитом.

Рассматривая показатель закредитованности населения в половозрастном аспекте, можно отметить, что наибольший диапазон кредитования нацелен на возрастную категорию 20-30 лет (16,4% закредитованных лиц по автокредиту; 21,5% по ипотечному кредитованию; 17,7% наличные кредиты и 11,7 владельцев кредитных карт) и 40-50 лет (26,1% – автокредитование, – ипотечное кредитование, 20,1% – наличные кредиты и 19,5% – владельцы кредитных карт) [2].

Также, в рамках территориальной обширности Российской Федерации, целесообразно провести оценку закредитованности российского населения по регионам государства. Согласно статистическим данным одного из ведущих государственных аналитических агентств России, наиболее благоприятный климат в области степени закредитованности населения выявлен в Республике Ингушетия (средняя долговая нагрузка на одного жителя составляет 14,9% к общему показателю годовой заработной платы, что является самым низким и, соответственно, самым позитивным показателям по территории всей страны).

В первой пятёрке рейтинга по наименьшей степени закредитованности населения после Республики Ингушетия занимают регионы Северного Кавказа (Чеченская Республика и Дагестан) и южные регионы России (Республика Крым и город федерального значения Севастополь). Низшие позиции в рассматриваемом рейтинге заняли Республика Тыва (удельная задолженность на одного жителя в возрасте ~35-40 лет составляет около 890 тыс руб.), чуть выше в рейтинге, но все еще находящиеся в зоне самого высокого уровня кредитной нагрузки на душу населения, стоят Республика Калмыкия (показатель объема задолженности 569 тыс руб. на человека), Тюменская область (671 тыс руб.), Республика Адыгея (437 тыс руб.) и Удмуртская Республика (490 тыс руб.).

Таким образом, подводя итог проведенного аналитического рассмотрения, можно сделать вывод, что уровень закредитованности российского населения имеет четкую устоявшуюся тенденцию к росту, что не является позитивным прогнозом.

Подобная динамика объясняется, во-первых, тесной взаимосвязью изучаемого показателя с макроэкономическими показателями, в частности с постоянно повышаемым уровнем ключевой процентной ставки, влияющей на величину ежемесячных платежей и, как следствие, на подушевой уровень задолженности, который рассматривался при сравнении уровня закредитованности регионов России; во-вторых, все еще недостаточным уровнем финансовой грамотности россиян относительно взаимодействия с кредитными продуктами (например, многие жители не знают, что вместе с мимолетными преимуществами микрозаймов, они получают ежедневную процентную надбавку по 1% в день, что в общей сложности составляет до 350% в год), из-за чего влезают в так называемую «долговую яму», из которой, особенно с учетом современных реалий, выбраться становится достаточно тяжело и что, в конечном итоге, формирует либо четкое стремление людей к значительному повышению своих доходов, либо психологическую установку «жизни в кредит».

Библиографический список

1. Аналитический центр НАФИ [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://nafi.ru/> (Дата обращения: 11.11.2024)
2. Центральный банк РФ [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.cbr.ru/> (Дата обращения: 11.11.2024)

УДК 336

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ SWOT-АНАЛИЗА ДЛЯ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «МЕБЕЛЬ М»)

*Кузина Н.С., магистрант 1-го курса,
Научный руководитель: Таенчук Я.Ю., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финиуниверситета, Калуга*

Аннотация: В представленной статье рассматриваются методологические аспекты применения SWOT-анализа при оценке финансового состояния организации. Объектом исследования выступила мебельная компания ООО «Мебель М». Финансовое состояние производственной организации характеризует ключевые аспекты ее деятельности, требующие всестороннего изучения воздействующих факторов внутренней и внешней среды. Проведенный комплексный анализ позволяет выявить преимущества и недостатки, перспективные направления развития и потенциальные риски субъекта в текущих рыночных условиях. Исследование направлено на определение финансовой устойчивости ООО «Мебель М» посредством применения методологии SWOT-анализа, позволяющей установить степень влияния различных рыночных факторов на экономические показатели деятельности.

Ключевые слова: SWOT-анализ, финансовое состояние организации, факторы внешней и внутренней среды.

USING SWOT ANALYSIS TO ASSESS THE FINANCIAL CONDITION OF AN ORGANIZATION (USING THE EXAMPLE OF FURNITURE M LLC)

Annotation: The presented article discusses the methodological aspects of the application of SWOT analysis in assessing the financial condition of an organization. The object of the study was the furniture company Furniture M LLC. The financial condition of a production organization characterizes the key aspects of its activities that require a comprehensive study of the influencing factors of the internal and external environment. The conducted comprehensive analysis makes it possible to identify the advantages and disadvantages, promising areas of development and potential risks of the entity in the current market conditions. The study is aimed at determining the financial stability of Mebel M LLC through the use of a SWOT analysis methodology, which allows to determine the degree of influence of various market factors on economic performance.

Keywords: SWOT analysis, financial condition of the organization, factors of the external and internal environment.

Активное развитие экономических отношений между субъектами рынка привело к необходимости формирования инновационных аналитических инструментов, расширяющих границы традиционного финансового анализа. Методологическая трансформация затронула целевые ориентиры, информационное обеспечение и аналитический инструментарий современной финансовой диагностики.

Комплексный анализ финансового положения организации учитывает динамическое взаимодействие рыночных факторов и внутриорганизационных процессов, что приобретает особую значимость в условиях волатильности экономической среды [3].

Финансовое состояние организации выступает ключевым индикатором экономической устойчивости, демонстрируя фундаментальные аспекты хозяйственной деятельности субъекта предпринимательства.

Многогранность данного показателя позволяет комплексно оценивать результативность производственных процессов, эффективность управленческих решений и степень достижения стратегических целей деятельности через призму количественных и качественных параметров. Финансовое положение коммерческой структуры представляет комплексную характеристику, отражающую возможности организации обеспечивать собственную деятельность необходимыми материальными средствами, рационально распределять имеющиеся активы, результативно применять доступные ресурсы при сохранении стабильных рыночных позиций и конкурентных преимуществ организации в долгосрочной перспективе [1].

Всесторонний анализ финансовых показателей субъекта раскрывает специфику хозяйственной деятельности, демонстрирует достигнутые результаты, определяет области потенциального риска и направления дальнейшего развития с учетом воздействия различных факторов среды функционирования, позволяя оценить результативность финансового менеджмента.

Глубокое исследование внутренних финансовых процессов совместно с анализом рыночной конъюнктуры формирует основу для выработки долгосрочной финансовой политики, где управление финансовым положением организации представляет собой комплексный, постоянно развивающийся механизм, ориентированный на достижение стратегических целей. Методология SWOT-анализа зарекомендовала себя как фундаментальный инструмент стратегической оценки организаций, позволяющий комплексно исследовать внутреннюю и внешнюю бизнес-среду для принятия взвешенных управленческих решений.

Практическое применение данного аналитического подхода существенно повышает качество оценки финансового положения организации, предоставляя руководству структурированную информацию о ключевых факторах влияния на бизнес-процессы [2].

К внутренним факторам относятся сильные и слабые стороны организации. Финансовая устойчивость организации определяется рядом внутренних факторов, формирующих конкурентное преимущество на рынке.

Грамотное управление активами, оптимизация производственных затрат, максимизация рентабельности производства и рациональное использование финансового рычага создают прочный фундамент для стабильного развития деятельности. Анализ финансового положения предприятия требует детального изучения внутренних ресурсов и механизмов, способствующих укреплению рыночных позиций в долгосрочной перспективе.

Финансовый анализ позволяет выявить проблемные зоны, нуждающиеся в стратегической доработке. Значительные кредитные обязательства, волатильность денежных поступлений, дефицит оборотных средств создают препятствия при реализации намеченных финансовых результатов.

Методология SWOT-анализа позволяет провести детальную диагностику внутренних ограничений организации, сформировать комплексный план мероприятий по укреплению финансового положения и повышению эффективности деятельности.

К внешним факторам принято относить возможности и угрозы. Внешние благоприятные факторы создают потенциал для укрепления финансового положения организации.

Выявление перспективных направлений развития, включая освоение дополнительных рыночных сегментов, адаптацию к обновленной нормативной базе, использование благоприятной рыночной конъюнктуры и внедрение передовых производственных решений, способствует снижению затрат.

Грамотное стратегическое планирование, учитывающее открывающиеся перспективы развития бизнеса, позволяет достичь устойчивого роста финансовых результатов и обеспечить стабильную доходность коммерческой деятельности. Негативные экономические факторы способны существенно подорвать финансовую устойчивость.

Нестабильность рыночной среды, усиление конкурентного давления, ужесточение налогового законодательства и макроэкономические спады создают значительные риски для бизнеса.

Своевременный анализ потенциальных дестабилизирующих факторов позволяет организации разработать эффективную систему защитных мер, направленных на поддержание финансового равновесия и обеспечение стабильного развития в долгосрочной перспективе.

Покажем применение методики анализа внешних и внутренних факторов, воздействующих на финансово-экономическое положение, на примере производственной компании ООО «Мебель М», осуществляющей деятельность на российском рынке мебельной индустрии с 23 сентября 2003 года. Объект исследования располагает производственными мощностями в южной части столицы по адресу: 115088, город Москва, улица Южнопортовая, дом 21, строение 1.

Успешно развивает производственное направление, предлагая клиентам широкий ассортимент мебельной продукции собственного изготовления (классификации ОКВЭД под номером 31.09).

Основные технико-экономические показатели деятельности ООО «Мебель М» отражены в таблице 1 [4].

Таблица 1 – Техничко-экономические показатели ООО «Мебель М» за 2021–2023 гг., млн. руб.

Показатель	2021г.	2022г.	2023 г.	Отклонение	
Выручка				-	%
Себестоимость продаж					
Валовая прибыль					
Коммерческие расходы					
Управленческие расходы					
Чистая прибыль					
Среднегодовая стоимость имущества					
Среднегодовая стоимость основных средств					
Среднегодовая стоимость оборотных активов					
Рентабельность продаж, %		1,2			
Рентабельность собственного капитала, %	3	7	12		
Рентабельность активов, %	8,9	9,3	2,7		

Динамика финансовых показателей ООО «Мебель М» представлена на рис. 1 [4].

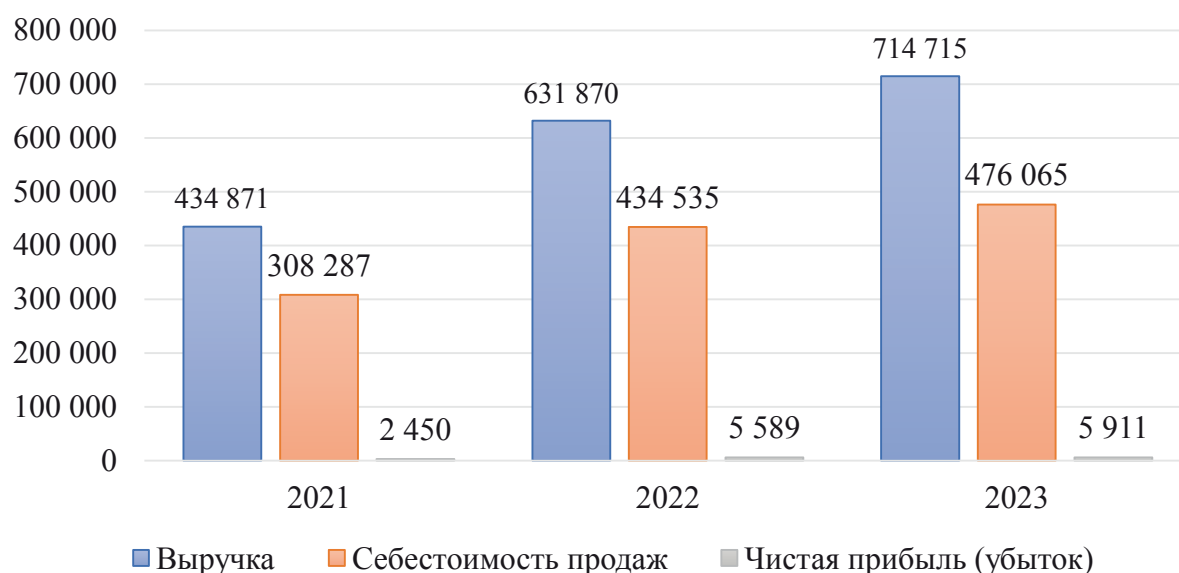


Рисунок 1 – Динамика основных финансовых показателей ООО «Мебель М» за 2021–2023 гг., млн. руб.

За последние три года ООО «Мебель М» достигло существенных результатов в развитии финансового потенциала. Наблюдается стабильный рост годовой выручки, если в начале исследуемого периода выручка составляла 434 871 млн. рублей, то к концу 2023 года показатель вырос до 714 715 млн. рублей. Динамичное расширение клиентской базы и укрепление рыночных позиций организации происходило даже в условиях общей экономической нестабильности, демонстрируя высокую адаптивность бизнес-модели к внешним вызовам.

Положительная динамика выручки ООО «Мебель М» сопровождалась постепенным увеличением себестоимости продаж, демонстрируя умеренный рост производственных затрат. Валовая прибыль существенно возросла, достигнув отметки 238 650 млн. рублей к 2023 году по сравнению со значением 2021 года - 163 945 млн. рублей.

Грамотное управление финансовыми потоками позволило организации достичь впечатляющих результатов в 2023 году, когда чистая прибыль достигла отметки 5 911 млн. рублей. Профессиональный подход руководства к оптимизации бизнес-процессов способствовал стабильному росту операционной прибыли, несмотря на существенное увеличение затрат в коммерческом и управленческом секторах.

Динамичное развитие производственных мощностей укрепило рыночные позиции компании, создав надежный фундамент для дальнейшего масштабирования бизнеса. Анализ финансовых показателей демонстрирует положительную динамику рентабельности собственного капитала и продаж, при этом наблюдаемое уменьшение рентабельности активов указывает на необходимость принятия комплекса мер по оптимизации использования имеющихся ресурсов. Сформируем матрицу стратегических факторов, отражающих текущее положение ООО «Мебель М» на рынке и перспективы дальнейшего развития.

Результаты исследования систематизируем в аналитической таблице, учитывающей внутренние возможности организации и внешние рыночные условия, непосредственно влияющие на финансовую устойчивость производственного комплекса.

Таблица 2 – SWOT-анализ для оценки финансового состояния ООО «Мебель М»

Сильные стороны (Strengths)	Слабые стороны (Weaknesses)
1. Рост выручки. За три анализируемых года выручка ООО «Мебель М» значительно увеличилась, что свидетельствует о росте спроса на продукцию. 2. Увеличение чистой прибыли. Чистая прибыль компании увеличилась более чем в два раза, что говорит о повышении эффективности бизнес-модели. 3. Высокая рентабельность собственного	Рост коммерческих и управленческих расходов. Коммерческие и управленческие расходы значительно возросли, что может свидетельствовать о неэффективном управлении затратами. Снижение средней стоимости оборотных активов - может указывать на уменьшение ликвидности деятельности и возможные трудности в управлении оборотными средствами.

капитала. Рентабельность СК достигла 12% к 2023 году, что указывает на высокую эффективность использования собственного капитала.	Низкая рентабельность активов. Показатель рентабельности активов сильно сократился к 2023 году, что может свидетельствовать об избыточных активах или недостаточной их эффективности.
<i>Возможности (Opportunities)</i>	<i>Угрозы (Threats)</i>
Расширение рынка. Увеличение выручки указывает на потенциал для расширения, выхода на новые рынки или внедрение новых ассортиментных единиц. Оптимизация затрат. Можно предпринять меры для повышения эффективности управления, что позволит снизить коммерческие и управленческие расходы. Инвестиции в основные средства. Вложения в модернизацию или расширение основных средств может повысить производственные мощности и рентабельность	Внешний экономический риск. Экономическая нестабильность может повлиять на платежеспособность клиентов, что, в свою очередь, отразится на выручке и рентабельности организации. Конкуренция. Усиление конкуренции может привести к необходимости снижения цен или увеличению расходов на маркетинг. Управление активами. Падение стоимости оборотных активов может вызвать трудности с ликвидностью и повлиять на способность организации выполнять свои краткосрочные обязательства.

Комплексный анализ деятельности ООО «Мебель М» позволил выявить существенные преимущества организации, укрепляющие ее рыночные позиции. Наблюдается рост ключевых показателей эффективности производственно-хозяйственной деятельности.

Стратегическая ориентация на максимизацию доходности, оптимизацию производственных затрат и наращивание рентабельности способствует укреплению рыночного положения организации, формируя надежную основу для масштабирования бизнеса в долгосрочной перспективе.

Достижение устойчивого прогресса требует комплексного подхода, включающего анализ сильных позиций и планомерную работу над существующими недостатками в развитии. Оптимизация финансового управления и рациональное использование корпоративных активов представляют собой ключевые приоритеты ООО «Мебель М» в текущих рыночных условиях. Разработка комплексной программы сокращения административных издержек совместно с внедрением передовых методов управления ликвидностью позволит существенно повысить операционную эффективность бизнеса.

Реализация намеченных стратегических инициатив по оптимизации расходов и укреплению финансовой дисциплины обеспечит стабильное развитие и усиление конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе. Расширяющийся рынок и систематические вложения в материально-техническую базу создадут благоприятные условия для устойчивого развития деятельности. Макроэкономическая волатильность совместно с растущим давлением со стороны других участников рынка требует пристального внимания руководства.

SWOT-анализ при оценке финансового положения деятельности является рабочим управленческим инструментом, раскрывающим взаимосвязь между внутренними показателями результативности и стратегическими факторами внешней среды.

Руководящий состав организации, опираясь на полученные аналитические данные, принимает взвешенные решения по формированию финансовой стратегии развития, рационально распределяя имеющиеся ресурсы для обеспечения стабильного роста показателей. SWOT-анализ способствует разработке гибких стратегических решений в условиях динамично меняющейся рыночной конъюнктуры.

Библиографический список

1. Григорьева Т. И. Анализ финансового состояния предприятия : учебник для среднего профессионального образования / Т. И. Григорьева. 3-е изд., перераб. и доп. М. : Издательство Юрайт, 2024. 486 с.
2. Бязрова Л. А. SWOT-анализ как один из методов оценки деятельности компании / Л.А. Бязрова, Д.Ю. Асаева, М. З. Атаева [и др.] // Молодой ученый. 2023. № 23 (470). С. 233-235.
3. Кочеткова Н. Н. Управление финансовым состоянием организации / Н. Н. Кочеткова, Г. В. Корнева, С. Д. Юшкова // Вестник евразийской науки. 2024. Т. 16. № 1. С. 1-9.
4. ООО «Мебель-М»: бухгалтерская отчетность и финансовый анализ // Аудит.ру. Режим доступа: 3222_ooo-mebel-m (дата обращения : 03.11.2024).

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В РФ ДЛЯ КОММЕРЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

Лобач Ю.В., бакалавр 3-го курса
Научный руководитель: Багирова С.М., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. Работа анализирует актуальные тенденции и перспективы развития государственного финансового контроля в России в отношении коммерческих компаний. Рассматриваются ключевые направления совершенствования системы контроля, а также ее влияние на эффективность деятельности и развитие отечественного бизнеса.

Ключевые слова: государственный финансовый контроль, коммерческие компании, цифровизация, финансовая отчетность, регулирование.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF STATE FINANCIAL CONTROL IN THE RUSSIAN FEDERATION FOR COMMERCIAL COMPANIES

Lobach Y.V., bachelor of the 3rd year
Supervisor: Bagirova S.M., senior lecturer
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. The work analyzes current trends and prospects for the development of state financial control in Russia in relation to commercial companies. The key areas of improvement of the control system, as well as its impact on the efficiency and development of domestic business, are considered.

Keywords: state financial control, commercial companies, digitalization, financial reporting, regulation.

Государственный финансовый контроль в современной России играет ключевую роль в обеспечении финансовой дисциплины, предотвращении коррупции и рациональном использовании бюджетных средств. С учетом постоянно меняющегося экономического ландшафта и новых вызовов, таких как цифровизация, глобализация, перспективы развития данного контроля представляют собой важную тему для обсуждения, особенно в контексте его влияния на коммерческие компании. Государственный финансовый контроль – это систематическая деятельность государственных органов по оценке, анализу и проверке финансовых операций, проводимых как государственными организациями, так и частными компаниями. В условиях экономической нестабильности и давления со стороны международных санкций необходимость в качественном финансовом контроле становится особенно актуальной. Причем для коммерческих компаний это означает не только соблюдение законодательных норм, но и возможность оптимизации своих внутренних финансовых процессов [4]. Система государственного контроля должна быть направлена на создание максимально прозрачной и безопасной среды для бизнес-деятельности. Важно, чтобы взаимодействие между государственными органами и коммерческим сектором проходило не на основе конфронтации, а на основе партнерства и доверия [3]. В этом контексте актуальными становятся несколько ключевых аспектов (таблица 1):

Таблица 1 – Ключевые аспекты финансового контроля

Аспект	Характеристика
Упрощение процедур контроля	Минимизация бюрократических барьеров и оптимизация проверок
Поддержка малого и среднего бизнеса	Создание льготных условий для налогового контроля, упрощение Reporting standards
Внедрение цифровых технологий	Автоматизации процессов контроля (блокчейн и искусственный интеллект)

1. Упрощение процедур контроля – современный подход к контролю подразумевает минимизацию бюрократических барьеров и оптимизацию проверок, что позволит не только сократить издержки коммерческих компаний, но и повысить эффективность контроля со стороны государства [1].

2. Поддержка малого и среднего бизнеса – важной задачей является создание льготных условий для налогового контроля субъектов малого и среднего предпринимательства, а также упрощение стандартов отчетности (Reporting standards).

3. Внедрение цифровых технологий – использование современных технологий для автоматизации процессов контроля, таких как блокчейн и искусственный интеллект, может значительно ускорить и улучшить результаты проверок, снижая степень влияния человеческого фактора и вероятность возникновения ошибок.

В развитии государственного финансового контроля в России можно выделить несколько ключевых направлений (рисунок 1):



Рисунок 1. Основные направления развития государственного финансового контроля

1. Цифровизация – внедрение современных технологий открывает новые горизонты для контроля, а электронные системы бухгалтерии и отчетности позволяют получать данные в режиме реального времени, что значительно упрощает проактивный контроль государственных органов за финансовыми потоками.

2. Анализ больших данных – использование аналитики и массивов данных может помочь в выявлении аномалий и потенциальных случаев мошенничества, дает возможность проводить выборочные проверки, сосредоточенные на зонах риска, что способствует повышению эффективности и целенаправленности контроля.

3. Обучение кадров и повышение их квалификации – предполагает инвестиции в профессиональную подготовку специалистов в области финансового контроля, а также обучение руководителей и работников коммерческих компаний основам эффективного финансового менеджмента и принципам контроля.

4. Международное сотрудничество – обмен опытом и лучшими практиками с другими странами помогает учесть требования международных стандартов и адаптировать существующие подходы к российским реалиям. Это также способствует снижению правовой неопределенности для коммерческих компаний, работающих на международном рынке.

Следует отметить, что развитие государственного финансового контроля связано с рядом рисков и вызовов. Одним из таковых является наличие определенного уровня коррупции в государственных органах, что может подорвать доверие к системе контроля. Необходимо внедрять механизмы внутреннего контроля и публичной отчетности для повышения эффективности работы государственных органов.

Кроме того, существует необходимость законодательных изменений, чтобы обеспечить более гибкую и адаптивную систему финансового контроля, отвечающую требованиям времени и интересам бизнеса. После рассмотрения текущего положения дел в сфере государственного финансового контроля в России имеет смысл проанализировать тенденции, в соответствии с которыми изучаемое явление может развиваться в будущем. Если говорить о перспективах системы государственного финансового контроля в России, можно вполне уверенно сказать, что в ближайшем будущем Правительство РФ будет предпринимать меры по изменению правовой базы, регулирующей данную сферу.

Конкретно указанные меры будут проявляться в принятии единого федерального закона, регулирующего всю систему финансового контроля в государстве в целом. В России иногда наблюдается дублирование функций некоторых органов государственного финансового контроля. Можно утверждать, что руководство страны знает о существовании данной проблемы, и в ближайшие годы следует ожидать осуществления мер по разграничению полномочий между органами финансового контроля. Принятие единого законодательного акта, который четко

определил бы функции всех органов, осуществляющих государственный финансовый контроль, также могло бы содействовать решению данной проблемы

Развитие государственного финансового контроля предъявляет к коммерческим компаниям новые требования и дает новые возможности, среди которых можно выделить:

1. Увеличение ответственности – с ужесточением правил контроля экономические субъекты должны быть более внимательными к соблюдению норм законодательства и осуществлению внутренних контрольных процедур [2].

2. Обеспечение доверия со стороны клиентов и партнеров - прозрачность финансовых операций и соблюдение всех норм и требований могут повысить доверие со стороны клиентов, инвесторов и партнеров, что особенно важно в условиях конкурентной среды.

3. Инновационные возможности - следуя требованиям государственного финансового контроля, компании могут исследовать новые направления для оптимизации своих бизнес-процессов и внедрения инновационных решений.

Обобщая вышеизложенное, на горизонте развития государственного финансового контроля в России можно выделить несколько ключевых аспектов (таблица 2):

Таблица 2 – Ключевые аспекты развития финансового контроля в РФ

Направление развития	Планируемые результаты
1. Евроинтеграция и международные стандарты	Учитывая глобализацию экономических процессов, введение международных стандартов государственного финансового контроля станет важным ориентиром для национальных систем, позволит улучшить качество контроля и повысить конкурентоспособность российских компаний на мировом рынке
2. Разработка новых законодательных инициатив	Необходимость адаптации законодательства к современным вызовам требует активной работы над новыми нормативными актами, которые будут учитывать интересы как государства, так и бизнеса
3. Увеличение публичности и прозрачности	Создание открытых платформ для обсуждения результатов проверок и взаимодействия с бизнесом поможет сформировать атмосферу доверия и взаимопонимания
4. Анализ и прогнозирование рисков	Разработка систем, использующих аналитические инструменты для прогнозирования потенциальных финансовых рисков, станет важным шагом в повышении эффективности контроля [5].

В заключение можно сказать, что государственный финансовый контроль в России имеет значительный потенциал для развития, который, в свою очередь, может оказать глубокое влияние на коммерческие компании. Применение инновационных методов, упрощение процедур и построение партнерских отношений между государством и бизнесом способствуют созданию более эффективной и предсказуемой финансовой среды. Важно, чтобы и государственные структуры, и коммерческие компании работали совместно для достижения устойчивого экономического роста и улучшения делового климата в стране.

Библиографический список

1. Багирова С.М. Совершенствование контроля и управления дебиторской и кредиторской задолженностью организации / С.М. Багирова, О.О. Салитанова // Инновационные разработки для развития отраслей сельского хозяйства региона: Сборник научных трудов по материалам научно-практической конференции с международным участием, Калуга, 19 апреля 2019 года / под редакцией В.Н. Мазурова. – Калуга: Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Калужский научно-исследовательский институт сельского хозяйства», 2019. С. 251-265.

2. Евдокимова А.В. Внутренний аудит и контроль финансово-хозяйственной деятельности организации / А.В. Евдокимова. М.: Научная книга, 2021. 677 с.

3. Кондрат Е.Н. Государственный финансовый контроль и финансовая безопасность России. Правовые аспекты / Е.Н. Кондрат. М.: Юстицинформ, 2022. 631 с.

4. Ковалева А. М. Финансы: учебник для академического бакалавриата / А. М. Ковалева [и др.]; под редакцией А. М. Ковалевой. 6-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2021. 443 с. URL: <https://urait.ru/bcode/431951> (дата обращения: 03.11.2024).

5. Шерemet А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций: практическое пособие / А. Д. Шерemet, Е. В. Негашев. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: ИНФРА-М, 2022. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1860855> (дата обращения: 02.11.2024).

ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Логоватовский З.В., магистрант 1 курса
Научный руководитель: Таенчук Я.Ю., к. э. н., доцент,
кафедры «Учет и менеджмент»
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье рассмотрены и обобщены стадии жизненного цикла организации. Также выделены возможности компаний на каждой из стадий. Приведены особенности использования и разработки маркетинговых стратегий на различных этапах жизненного цикла.

Ключевые слова: жизненный цикл организации, стадия жизненного цикла, зарождение, рост, зрелость, спад, стратегия.

BUDGETARY POLICY OF MODERN RUSSIA AS AN INSTRUMENT FOR ECONOMIC DEVELOPMENT

Logovatsky Z.V., 1st year master's student
Scientific supervisor: Taenchuk Ya.Yu., Ph.D. in Economics, associate professor,
Department of "Accounting and Management"
Kaluga branch of the Financial University, Kaluga

Abstract. The article examines and summarizes the stages of the organization's life cycle. It also highlights the capabilities of companies at each stage. The features of the use and development of marketing strategies at various stages of the life cycle are given.

Keywords: organization's life cycle, life cycle stage, emergence, growth, maturity, decline, strategy.

В условиях рынка, организации меняют масштабы своей деятельности и постоянно развиваются, при этом происходят стратегические изменения на различных этапах ее жизненного цикла и для того, чтобы успешно пройти через все изменения и адаптироваться к ним, необходимо ставить перед собой верные цели и использовать эффективные стратегические модели. Все субъекты предпринимательства проходят через жизненный цикл, который состоит из нескольких этапов [4]. Выделяют разные подходы и методы к измерению жизненного цикла, но основными этапами являются представленные на рисунке 1:



Рисунок 1 – Стадии жизненного цикла организации

Рассмотрим каждый из них подробнее.

1. Стадия зарождения.

Этот этап жизненного цикла представляет собой образование организации, ее первые продажи и получение первой прибыли. Здесь происходит медленный рост продаж, показатель прибыли достаточно мал (или она вообще отсутствует), объем предлагаемой продукции ограничен, продукт или услуга еще не имеют большой популярности. Целевая аудитория на данной стадии не освоена.

Организация, в первую очередь, нацелена на выживание, становление себя на рынке, занятие определенной ниши. Она старается использовать всевозможные способы повышения своего имиджа, внедряет инновации.

На стадии зарождения компании обращают большое внимание на поиск источников денежных средств, поскольку это обеспечит им выживание на раннем этапе. Если рассматривать использование стратегий на первой стадии жизненного цикла деятельности, то стоит отметить, что на практике организации в этот период практически не занимаются их разработкой. Основной стратегией, которую можно выделить, является поиск способов адаптации к быстроменяющейся внешней среде. Это помогает «не сломаться», удержаться на рынке и перейти к следующей стадии. Ключевым фактором является выбор ниши, который в дальнейшем приведет компанию либо к успеху, либо к неудаче.

Но некоторые экономические субъекты все же прибегают к использованию маркетинговых стратегий, которые, в первую очередь, ведут к обеспечению необходимого уровня финансирования, а уже после к другим целям, таким как повышение узнаваемости, привлечение потребителей и т.д. Таким образом, на стадии зарождения организации стремятся найти свою нишу, узнать своих конкурентов, повысить имидж. Стратегии, которые используются на данном этапе, направлены на поиск источников финансирования, работу со всевозможными факторами и угрозами, адаптацию к внешней среде, удержание позиций на рынке и обретение своего круга клиентов [2].

2. Стадия роста.

Этап характеризуется повышением популярности компании на рынке, ростом прибыли, увеличением объема продаж. Повышается уровень конкурентоспособности, выделяются преимущества деятельности, привлекается большое количество клиентов, развивается маркетинговая составляющая бизнеса.

Менеджеры стремятся стабилизировать организационную структуру компании, вывести ее на новые рынки сбыта, большое внимание уделяется уточнению правил и процедур. Главной целью является увеличение прибыли и поддержание темпов роста. Большая часть средств расходуется на маркетинг, поскольку компании необходимо рассказать о своих преимуществах и сильных сторонах, чтобы привлечь большее количество новых клиентов.

Стратегии, которыми пользуются компании на данном этапе, направлены на увеличение прибыли, повышение конкурентоспособности, рост эффективности деятельности и производительности, что может быть достигнуто за счет автоматизации бизнес-процессов.

Могут быть использованы стратегии, направленные на сбалансирование или превосходство сильных сторон конкурентов, стратегии, ориентированные на освоение незанятых или создание новых рынков, стратегии роста.

На стадии роста компания уже переходит на новые стандарты, повышает свой статус и, соответственно, вынуждена привыкать к новым требованиям. Конкурентная борьба очень сильна, поэтому основным инструментом является правильно разработанная маркетинговая стратегия.

3. Стадия зрелости.

Этап характеризуется стабильной прибылью, довольно известным для покупателей и рынка в целом брендом, своим кругом постоянных покупателей и т.д. Задача владельца сводится к постоянному повышению операционной эффективности, поддержанию устойчивости деятельности.

На этой стадии уже утвержденные правила и порядки сводятся к образованию жесткой организационной культуры, которая приводит к трудностям в развитии и адаптации компании, проведению каких-либо изменений.

Применяются стратегии для улучшения гибкости. Поскольку даже окрепшим компаниям трудно постоянно поддерживать темпы роста продаж и высокие показатели, используются стратегии, которые заключаются в поиске новых способов и методов применения имеющейся продукции, что в свою очередь приводит к большим затратам [5].

Здесь же применяется стратегия диверсификации, заключающаяся в захвате разных сегментов целевой аудитории на разных площадках. Если на ранних этапах жизненного цикла компании не ставят перед собой цель разработать серьезную маркетинговую стратегию и развиваются в темпе развития рынка, то на этой стадии разработка стратегии является ключевым фактором дальнейшего успеха.

Могут применяться стратегии ограниченного роста, при удовлетворении текущими показателями и положением организации. Стоит отметить, что стратегии на этапе зрелости могут быть развиты в двух направлениях.

Одним из них является попытка вернуться на стадию роста, то есть разработка новых товаров и услуг и выход на новые рынки [1].

Другой заключается в сохранении существующей доли рынка и, если раньше компания могла увеличивать прибыль за счет роста доходов, то теперь она будет это делать за счет снижения расходов.

4. Стадия спада.

Начальный успех закономерно имеет свои результаты, в данном случае это спад деятельности компании. Здесь бизнес не просто останавливается в своем развитии, он начинает терять свои преимущества, конкурентные способности, прибыль. Климат становится хуже, доверие может отсутствовать вовсе, возникает приверженность к консерватизму. Уделяется внимание старым стратегиям, которые могут уже не приносить успех, а новые не разрабатываются.

Все это создает препятствие развитию, способности адаптироваться к изменениям. Клиенты уходят к конкурентам в поиске нового и современного, поскольку взаимодействие с ними и предложения также становятся слабыми.

Снижаются продажи, ухудшаются финансовые показатели деятельности. Могут применяться стратегии, направленные на создание новых продуктов или усовершенствование старых. Запускаются новые маркетинговые кампании, способствующие привлечению новых клиентов и возвращению старых. Также речь идет о географическом расширении.

На данном этапе классически рассматривают два направления стратегий. Одно приводит к попытке вернуться к прежним успехам, другое заключается в подготовке компании уйти с рынка.

5. Оздоровление (санация) или ликвидация (банкротство).

После стадии спада компания идет по одному из двух путей:

- банкротство и ликвидация (полный уход с рынка);
- оздоровление (возвращение к прежним успехам).

При становлении на второй путь компания проводит реорганизацию и полностью обновляется, в дальнейшем продолжая свое существование на рынке.

Меняется не только организационная структура, название, но и зачастую полностью весь коллектив сотрудников. Это долгий и достаточно трудный путь, но те, кто готов пойти на риск, имеет возможности и условия для этого, могут вернуть прежнюю популярность, показатели и конкурентоспособность.

Во многих случаях организации превосходили прежние результаты и становились гораздо мощнее, чем были прежде. В ином случае, компания признает себя банкротом и ликвидируется. Некоторые владельцы продают свой бизнес, не прибегая к стратегиям оздоровления и не вкладывая средства в возрождение компании [3].

Если у организации нет возможности покрыть расходы или выплатить проценты кредиторам, так же, как и нет возможности оздоровить компанию, она признается банкротом.

Таким образом, можно сделать вывод, что на каждой стадии жизненного цикла организация может разрабатывать те или иные стратегии, которые значительно отличаются друг от друга и, что самое главное, менеджеры должны понимать, в каком случае и какую стратегию нужно использовать.

От правильно подобранной и разработанной стратегии может зависеть дальнейший успех деятельности. На каждом этапе существуют свои особенности стратегий, которые необходимо учитывать. Организации находятся в постоянном развитии, процессе адаптации и каждая стадия характеризуется уникальным набором факторов.

Выделение основной стратегии на каждом этапе жизненного цикла может значительно повысить производительность, эффективность деятельности, конкурентоспособность, снизить отрицательные и усилить положительные факторы, влияющие на компанию.

Библиографический список

1. Сиганьков А.А. Стратегический анализ: учебное пособие / А.А. Сиганьков. Москва: РТУ МИРЭА, 2020. 68 с.
2. Семко И.А. Теория организации: учебное пособие / И. А. Семко, Л. А. Алтухова. Ставрополь: СтГАУ, 2018. 176 с.

3. Методология маркетинговой стратегии продвижения продукции на разных этапах жизненного цикла // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologiya-marketingovoy-strategii-prodvizheniya-produktsii-na-raznyh-etapah-zhiznennogo-tsikla> (дата обращения: 13.11.2024).

4. Особенности коммуникационных стратегий компаний на разных этапах жизненного цикла // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-kommunikatsionnyh-strategiy-kompaniy-na-raznyh-etapah-zhiznennogo-tsikla> (дата обращения: 11.11.2024).

5. Особенности комплексной стратегии на каждом этапе жизненного цикла организации // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-kompleksnoy-strategii-na-kazhdom-etape-zhiznennogo-tsikla-organizatsii> (дата обращения: 13.11.2024).

УДК 332.1, 338.2

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЧЕТНОЙ ПАЛАТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ АУДИТА ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Лукьянченко М.С., бакалавр 3-го курса

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

Аннотация. В статье проанализированы итоги работы Счетной палаты Российской Федерации как основного органа государственного финансового контроля за 2021-2023 гг. Подробно рассмотрены результаты деятельности данной структуры в рамках аудита цифрового развития и государственной поддержки предпринимательства.

Ключевые слова: экономика, финансовый контроль, бюджет, Счетная палата, нарушения, государственная поддержка, предпринимательство, экономическое развитие, санкции.

ANALYSIS OF THE ACTIVITIES OF THE ACCOUNTING CHAMBER OF THE RUSSIAN FEDERATION IN THE AUDIT OF DIGITAL DEVELOPMENT AND STATE SUPPORT FOR ENTREPRENEURSHIP

Lukyanchenko M.S., bachelor of the 3rd year

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

Annotation. The article analyzes the results of the work of the Accounting Chamber of the Russian Federation as the main body of state financial control for 2021-2023. The results of the activity of this structure in the framework of the audit of digital development and state support for entrepreneurship are considered in detail.

Keywords: economics, financial control, budget, Accounting Chamber, violations, state support, entrepreneurship, economic development, sanctions

Финансовый контроль играет ключевую роль в функционировании государственных и региональных финансовых систем. Он обеспечивает прозрачность использования денежных средств. Это дает возможность гражданам и органам власти контролировать, как расходуются налоги и другие источники доходов [1].

Кроме того, финансовый контроль позволяет проанализировать эффективность использования ресурсов, улучшить систему отчетности, предотвратить коррупцию, обеспечить более точное планирование бюджета, оценив возможные финансовые риски. Данная система способствует не только поддержанию порядка в финансовой сфере, но и улучшению общего уровня управления, следствием чего является повышение качества жизни населения и рост экономики.

Анализ деятельности Счетной палаты Российской Федерации, которая выступает в качестве органа финансового контроля и созданная Московской городской Думой, за период с 2021 по 2023 год позволил выявить ряд значимых результатов.

В частности, в 2021 году данная организация реализовала 346 мероприятий, что свидетельствует о высоком уровне активности и стремлении к поддержанию финансовой дисциплины. Основные усилия ведомства были сосредоточены на аудите формирования бюджетов и контроле за их исполнением, в рамках которого было проведено более 200 мероприятий. Также было организовано 98 тематических мероприятий, направленных на анализ и решение вопросов, имеющих особую актуальность и значимость.

Помимо этого, Счетная палата уделила внимание аудиту реализации документов стратегического планирования, а также международному аудиту ЮНИДО, что подчеркивает важность взаимодействия с международными структурами и внедрения глобальных стандартов [3]. В 2022 году Счетная палата завершила на 8 мероприятий меньше, нежели в предыдущем. Хотя тенденция числа проводимых мероприятий пошла на спад, в осуществлении финансового контроля все же прослеживается высокая степень вовлеченности и профессионализма. Все мероприятия, проводимые в 2022 году, как в предыдущем, делились на 4 направления и составили приближенные значения. Таким образом, продолжается последовательное внимание к важнейшим аспектам финансового управления и контроля на всех уровнях, что, безусловно, способствует улучшению прозрачности и эффективности использования бюджетных средств.

В 2023 году Счетная палата РФ поставила перед собой очередной ряд задач. Одной из основных является контроль за выполнением национальных целей и проектов, а также положений Послания Федеральному Собранию, в котором Президент сформулировал главные приоритеты развития страны с перспективой на шесть лет. Помимо этого, важной задачей было содействие реализации государственной политики в области создания новых технологий и разработок. В 2023 году были проанализированы мероприятия, направленные на противодействие санкциям в реальном секторе экономики, а также меры господдержки, направленные на импортозамещение. В этот раз Счетная палата организовала еще на 6 мероприятий меньше, чем ранее. В число направлений вошли: аудит формирования бюджетов и контроль за их исполнением, мероприятия в составе кросс-отраслевых и отраслевых комплексов, тематические мероприятия, а также аудит международных организаций [5]. Результаты контрольной деятельности Счетной палаты РФ за рассматриваемый период представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Количество мероприятий, проведенных по направлениям планов работы Счетной палаты РФ в 2021–2023 гг., шт.

Таким образом, за три года уменьшилось общее количество проведенных мероприятий: к 2023 г. по сравнению с 2021 г. снижение составило 4,05%, а относительно 2022 г. – 1,78%.

Аудит формирования бюджетов и контроль за их исполнением остается наиболее значимой категорией на протяжении анализируемого периода, однако наблюдается тенденция к незначительному снижению в 2021-2022 годах, с последующей стабилизацией показателя в 2023 году.

Показатели аудита реализации документов стратегического планирования уменьшаются, возможно, в 2023 году они были интегрированы в другие направления, поскольку данные этой

категории не представлены в списке (вместо него включены «мероприятия в составе кросс-отраслевых и отраслевых комплексов», что затрудняет прямое сопоставление).

Число тематических мероприятий сократилось за три года значительно – к 2023 году практически наполовину по сравнению с 2021 годом. Это могло быть связано с переориентацией на другие направления либо снижением актуальности таких мероприятий в целом. Напротив, количество проведенных мероприятий в рамках аудита международных организаций в динамике увеличилось, что может указывать на растущее внимание к международной деятельности.

Обобщая вышеизложенное, отметим, что несмотря на снижение общего количества мероприятий, завершенных Счетной палатой РФ за исследуемый период, число проектов по основным направлениям, таким, как аудит формирования бюджетов, остается стабильным. Значительное уменьшение числа тематических мероприятий может быть обусловлено изменениями в приоритетах деятельности.

Увеличение числа работ по аудиту международных организаций может свидетельствовать о расширении сотрудничества и ориентации на международные стандарты. В целом это положительная динамика, в то время как причины общего сокращения числа проектов требуют проведения более детального анализа.

На основании результатов проведенных проверок следует отметить, что в 2021 году Счетная палата Российской Федерации выявила значительное количество нарушений и недостатков, а именно 4 253 случая, общая сумма которых составила впечатляющие 1 541,4 миллиарда рублей. В 2022 году наблюдается тенденция к увеличению числа выявленных нарушений и недостатков, которые достигли 4 447 случаев, и это при общей сумме 885,6 миллиарда рублей. Контрольные мероприятия, осуществлённые Счетной палатой в 2023 году, привели к выявлению ещё более высоких показателей, а именно 4 849 нарушений и недостатков на общую сумму 2 110,0 миллиарда рублей.

Теперь более подробно проанализируем результаты, связанные с одним из ключевых направлений деятельности Счетной палаты – аудитом в сфере цифрового развития и государственной поддержки предпринимательства. В 2021 году в рамках данного направления было проведено 26 мероприятий. Из них важно выделить 1 экспертно-аналитическое, 7 прочих акций и 18 контрольных проверок.

В результате этих мероприятий были выявлены 209 нарушений на общую сумму 779 миллионов рублей [3].

В следующем 2022 году число мероприятий не изменилось. Количество экспертно-аналитических проверок и иных мероприятий увеличилось, однако значение числа контрольных проверок, в свою очередь, сократилось. В результате проведенных мероприятий в этом году было обнаружено 163 нарушения и 98 недостатков, общая сумма которых составила 6 683,3 миллиона рублей [4]. В 2023 году Счетная палата продолжила свою работу, проведя 23 мероприятия, из которых 14 составили контрольные проверки, а 9 – прочие мероприятия. Результатом данной деятельности стало выявление 256 нарушений и 135 недостатков с общей суммой в 14 100 миллионов рублей. Таким образом, можно наблюдать устойчивую динамику в увеличении как числа, так и объемов выявленных нарушений и недостатков в области аудита цифрового развития и поддержки предпринимательства на протяжении трёх лет [5]. Данная динамика представлена на рисунке 2.

Проведя анализ полученных данных, следует отметить, что в 2023 году произошло увеличение числа нарушений по сравнению с предыдущим с 163 до 256 (+57%). Также возросло количество недостатков с 98 до 135 (+38%). Повышение числа нарушений и недостатков повлекло за собой существенный рост суммы, выплачиваемой за эти нарушения с 6 683,3 млн рублей до 14,1 млрд рублей (+111%). Общее количество мероприятий, в свою очередь, в 2023 году по сравнению с 2022 годом снизилось с 26 до 23, причем число контрольных мероприятий уменьшилось с 16 до 14, а иных – увеличилось с 8 до 9. Данная тенденция указывает либо на ухудшение экономической ситуации, либо на более эффективную работу Счетной палаты РФ на выявление недочетов. В 2023 году, как и в предыдущие годы, деятельность Счетной палаты была сконцентрирована на аудите направлений, связанных с цифровизацией государственного управления, а также направлена на реализацию мер государственной поддержки малого и среднего предпринимательства. Этот подход продолжает оставаться актуальным и важным в условиях быстрого развития технологий и изменения экономической среды.

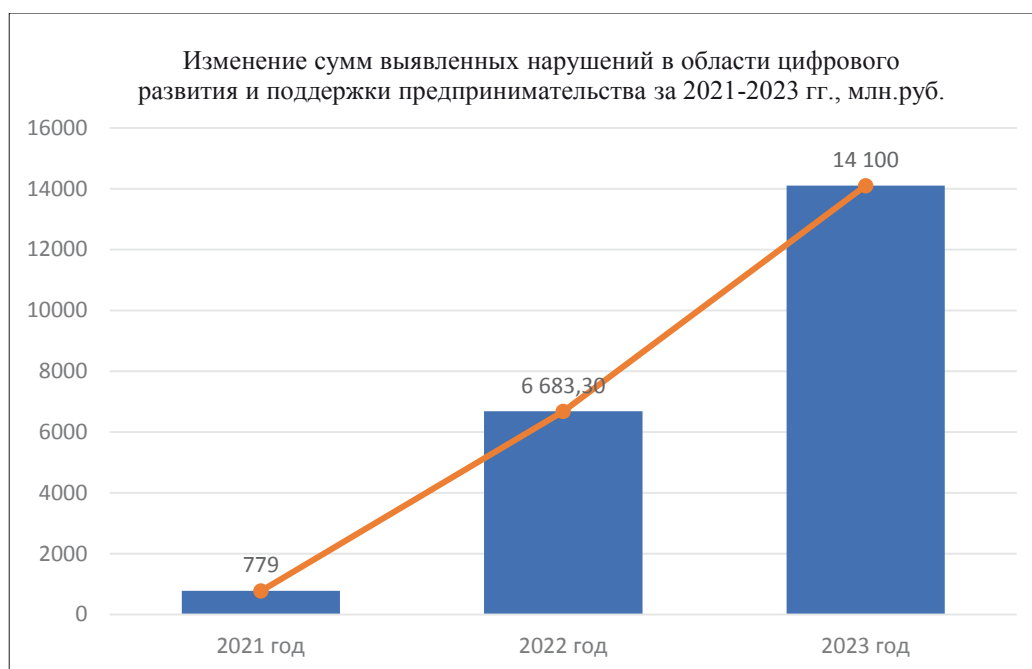


Рисунок 2 – Изменение сумм выявленных нарушений в области цифрового развития и поддержки предпринимательства за 2021-2023 гг., млн. руб.

Профессионалы акцентировали внимание на анализе эффективности внедрения цифровых решений, направленных на оптимизацию процессов государственного управления. Это включало оценку различных программ и платформ, способствующих упрощению взаимодействия граждан и бизнеса с государственными органами, повышению прозрачности и скорости обработки заявок и запросов [2]. Кроме того, значительное внимание уделялось мерам государственной поддержки малого и среднего бизнеса. В условиях глобальных экономических вызовов, таких как пандемия, санкции и экономический спад, важно было не только оценить эффективность уже существующих программ поддержки, но и выработать рекомендации по их улучшению и адаптации к новым реалиям. Проведено исследование того, как предприниматели воспринимают и используют эти меры, а также рассмотрены вопросы, как повысить их доступность и воздействие на развитие бизнеса.

Таким образом, работа Счетной палаты РФ в 2023 году была направлена на выявление оптимальных практик и возможных направлений для улучшения в обеих областях, что, несомненно, способствует более эффективному государственному управлению и поддерживает устойчивый рост сектора малого и среднего предпринимательства.

Библиографический список

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 г. с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020 г.).
2. Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 41-ФЗ «О Счетной палате Российской Федерации».
3. Отчет о работе Счетной палаты Российской Федерации в 2021 году // Счетная палата Российской Федерации: сайт. – URL: https://ach.gov.ru/reports/report_2021#audits (дата обращения: 10.11.2024).
4. Отчет о работе Счетной палаты Российской Федерации в 2022 году // Счетная палата Российской Федерации: сайт. – URL: https://ach.gov.ru/reports/report_2022#audits (дата обращения: 10.11.2024).
5. Отчет о работе Счетной палаты Российской Федерации в 2023 году // Счетная палата Российской Федерации: сайт. – URL: https://ach.gov.ru/reports/report_2023#audits (дата обращения: 10.11.2024).

УДК 338

МОЛОДЕЖНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И СПОСОБЫ ЕГО ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ

*Меркулова М.А., магистрант 1-го курса
Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье рассматривается специфика молодежного предпринимательства, как нового направления в бизнес-культуре Российской Федерации. Выявлены сильные и слабые стороны молодежного предпринимательства, а также приведены их разъяснения. Выделены и проанализированы методы государственной поддержки российского молодежного предпринимательства, а также сформулированы ключевые кратко и среднесрочные тенденции в области развития молодежного предпринимательства.

Ключевые слова: молодежное предпринимательство, бизнес, государственная поддержка, мотивация, бизнес-среда, гранты, молодежь.

YOUTH ENTREPRENEURSHIP: DEVELOPMENT TRENDS AND WAYS OF ITS STATE SUPPORT

Merkulova M.A. 1st year undergraduate student

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

Abstract. The article examines the specifics of youth entrepreneurship as a new direction in the business culture of the Russian Federation. The strengths and weaknesses of youth entrepreneurship are identified, as well as their explanations are provided. The methods of state support for Russian youth entrepreneurship are highlighted and analyzed, as well as key short- and medium-term trends in the development of youth entrepreneurship are formulated.

Keywords: youth entrepreneurship, business, government support, motivation, business environment, grants, youth.

В современных условиях функционирования российской экономической системы, когда все ее составляющие находятся в динамичном развитии, особую популярность в последние несколько лет стало обретать бизнес-направление. Конечно, в Российской Федерации и до этого активно работал и малый, и средний, и крупный бизнес, но именно в последние несколько лет бизнес-среде стало уделяться особое внимание, как со стороны самих россиян, так и со стороны государства. Фактически, на сегодняшний день предпринимательство является одной из ключевых движущих сил национального рынка и именно поэтому для поддержания только начинающих и уже опытных предпринимателей государство в лице различных органов власти, а также путем сотрудничества с частными коммерческими организациями старается наладить всевозможные пути взаимодействия и развития данного направления в рамках бизнес-культуры в России.

Актуальность рассматриваемой тематики обуславливается тем, что на фоне общей тенденции к развитию предпринимательства, к ней добавилось еще одно сопутствующее направление, а именно молодежное предпринимательство или, как его еще называют, «Бизнес-молодежь». За последние несколько лет бизнес-направление именно молодежного возрастного диапазона стало набирать все большее количество последователей, причем как со стороны непосредственно молодых предпринимателей, так и со стороны координаторов, т.е. опытных людей, готовых делиться своими знаниями и навыками. Наличие подобной динамики объясняется не только интересом к данной области со стороны граждан, но и действительной важностью этого проекта в глобальных рамках, что в совокупности позволяет обеспечить достаточно прочную взаимообусловленность, когда российская молодежь наполняет рынок сбыта новыми товарами, услугами и инновационными идеями, повышая тем самым его конкурентоспособность в рамках мировой арены, а государство, в свою очередь, стимулирует молодежь более глобально вовлекаться в молодежное предпринимательство путем предоставления огромного количества возможностей, а также лояльных финансовых условий для постепенного развития.

Согласно Федеральному закону от 30.12.2020 № 489-ФЗ к молодежи относятся граждане Российской Федерации в возрасте от 14 до 35 лет включительно. Соответственно, к молодежному предпринимательству будут относиться граждане соответствующего возрастного диапазона, уже имеющие статус индивидуального предпринимателя или самозанятого или только вынашивающие предпринимательскую идею на этапе разработки. Одним из ключевых преимуществ молодежного предпринимательства является именно возраст, т.к. в течение данного периода человек преодолевает несколько стадий становления, начиная со старта личностного и профессионального развития и заканчивая полностью сформированной личностью со своими психологическими принципами и установками, а также пониманием ключевого ориентира в своей жизнедеятельности. Стоит отметить, что современная молодежь с каждым годом становится все более инициативной и социально-активной, но, при этом, довольно часто не может реализовать свой потенциал ввиду отсутствия понимания и информационной обеспеченности о возможных мерах поддержки, а также о том, где можно найти единомышленников для получения поддержки.

Именно данная проблема и послужила основополагающим «толчком» для развития отдельного направления в рамках стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации, а именно направления «РосМолодежь бизнес».

Сама по себе сущность молодежного предпринимательства является схожей с общей терминологией предпринимательства с разницей лишь возрастного уклона, однако, рассматриваемой вид рыночной деятельности имеет ряд специфических особенностей, отличающих его от классического бизнес-направления:

1) инициативность и креативность (молодежь, как правило, имеет более креативное и нестандартное мышление, что позволяет им разрабатывать и активно реализовывать уникальные идеи на рынке);

2) адаптивность (молодежь, ввиду более инициативного и динамичного склада характера легче адаптируется к изменениям в рыночной среде и способна быстрее осваивать и использовать технологические новшества);

3) гибкость (молодежные предпринимательские стартапы довольно часто имеют односложную или менее загруженную организационную структуру, что позволяет оперативно реагировать на условия внешней среды и корректировать принимаемые решения в рамках реализации проектов);

4) работоспособность (молодежь, очевидно, является гораздо более активной и работоспособной, чем более старшее поколение, за счет чего может легче переносить высокие физические и психологические нагрузки, фигурирующие в рамках молодежного предпринимательства) и др.

Однако стоит отметить, что наравне с большим количеством действительных достоинств, существует и ряд слабых сторон, например:

1) ограниченный практический опыт (отсутствие практических навыков в ведении бизнеса, возникновение проблемных ситуаций из-за отсутствия достаточного количества знаний для решения);

2) финансовая ограниченность (как правило, у молодежи отсутствует достаточная финансовая база, необходимая для реализации задуманных проектов, а со стороны банковских организаций могут поступать отказы или невыгодные условия ввиду незаинтересованности банков к кредитованию рискованных проектов);

3) высокая степень риска (обуславливается очень напряженной конкурентной борьбой на рынке, которую могут выдержать далеко не все начинающие молодежные бизнес-проекты);

4) более ярко выраженная незащищенность от влияния преступных структур (ввиду отсутствия практического опыта у молодых предпринимателей есть большие шансы попасть в мошеннические махинации).

Конечно, как и преимуществ, так и недостатков у молодежного предпринимательства можно выделить гораздо больше, однако, останавливаясь на втором пункте, можно сказать, что все данные недостатки на данный момент стараются компенсироваться именно с помощью дифференцированных мер поддержки, как со стороны государства, так и с позиции ведущих российских крупнейших организаций.

Обращаясь к государственной поддержке, первоначально необходимо выделить огромное количество крупных федеральных проектов, финансирующихся и активно поддерживающихся различными государственными органами власти, например данные проекты финансируются за счет Министерства экономического развития РФ:

1) Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» – подразумевает под собой грантовую поддержку для предпринимателей возрастом до 25 лет. Минимальный размер гранта составляет 100 тыс руб., максимальный – 500 тыс руб. (исключениями являются северные регионы государства, жители которых могут получить до 1 млн руб.). Как правило, для получения гранта необходимо, во-первых, подходить под закрепленные критерии (возраст, наличие удостоверения о прохождении обучения по соответствующей специальности, наличие софинансирования не менее 25% от предоставляемой грантовой поддержки), во-вторых, предоставить на проверку в региональные органы власти детальный бизнес-план по развитию своего бизнес-проекта;

2) Фонд содействия инновациям – включает в себя 3 крупных комплекса: «студенческий стартап» (грант для студентов СПО, ВУЗов, магистратуры и аспирантуры на разработку уникальных товарных единиц, услуг или технологий, размер поддержки – до 1 млн руб.),

«программа "Инношкольник"» (образовательная программа, направленная на подростков школьного возраста с целью повышения интереса в научно-технологической и инновационной области), «программа "Умник"» (программа грантовой поддержки для всей молодежной категории граждан в области разработки научно-технических проектов, величина разыгрываемых грантов составляет от 100 до 500 тыс руб.) и др. [3].

Помимо описанного выше примера, активное участие в развитии молодежного предпринимательства принимают и другие ОГВ, например Министерство труда и социальной защиты РФ финансирует ежегодные профориентационные программы и федеральный проект «страна мастеров», направленный на компетентное сопровождение молодежи в вопросах самозанятости и статуса индивидуального предпринимателя [2]; Министерство науки и высшего образования РФ запустило такие образовательные инициативы, как, например замена выпускной квалификационной работы детальным бизнес-планом стартапа (т.е. студенты-выпускники в своей дипломной работе разрабатывают стартап, который, при условии получения высших баллов при защите, направляется на рассмотрение в профильные государственные организации) и др. [1].

Наиболее активным куратором молодежного предпринимательства является Федеральное агентство по делам молодежи, т.е. исполнительный орган государственной власти, являющийся главным инициатором в области организации творческих, просветительских, грантовых, лекционных, форумных и иных форматов взаимодействия с молодыми предпринимателями. Одним из наиболее востребованных ежегодных мероприятий данной государственной организации является «Всероссийский форум молодых предпринимателей» (площадка для заинтересованной в развитии бизнеса молодежи в целях заведения новых полезных знакомств, получения новой уникальной информации от спикеров-профессионалов, самореализации молодых людей, а также получения мотивации для активного участия в российском предпринимательстве) и «Фабрика предпринимательства» (проект, направленный на разработку прогрессивных комплексных решений бизнес-кейсов в области B2B, B2C, B2G с участием крупнейших организаций, таких как РЖД, СБЕР, ПАО «КамАЗ», ПАО «Газпром Нефть», ООО «Сибур» и др.). [4].

В целом, можно выделить ключевые тенденции, которые, очевидно, уже четко сформированы в области развития молодежного предпринимательства в срочности различной периодичности. Так, ключевым ориентиром, конечно, будет являться повышение количества людей, задействованных в молодежном предпринимательстве – на начало 2024г. количество людей, входящих в данную категорию, составило 4,68 млн человек, а на конец 2023г. аналогичный показатель определялся цифрой в 3,3 млн человек, что, показывает очевидный прирост более, чем на 40%. Соответственно, исходя из данной динамики, на конец последующего 2025г. ожидается не меньший прирост активных молодых людей. Второй тенденцией является расширение методов поддержки, причем как со стороны государственных учреждений, так и со стороны корпоративной практики, т.к. именно наличие столь ощутимых способов содействия мотивирует предпринимателей «не опускать руки» и продолжать двигаться вперед, понимая, что, в случае возникновения вопросов или проблемных ситуаций, им есть куда обратиться за помощью. Третьей тенденцией, которая, с первого взгляда может быть неочевидна, но имеет место быть – это все большая степень проецирования молодежных стартапов на социальную направленность. На сегодняшний день социальные проблемы фигурируют не только в рамках человеческого фактора каждого отдельного гражданина, но также и на более глобальном, федеральном уровне, что, в совокупности, обуславливает вероятный упор на данную сферу, как со стороны предпринимателей (в виде устремления и тематики стартапов), так и со стороны государства (в виде разработки еще более лояльных методов поддержки социально-ориентированных проектов).

В заключение, можно отметить, что молодежное предпринимательство действительно стало одной из самых динамичных сфер, которая развивалась за последние несколько лет в российской экономике в принципе. На данную ситуацию оказало и продолжает оказывать влияние достаточно большое количество факторов, но, при этом, ключевым из них является именно самоличное желание российской молодежи успешно самореализоваться. Благодаря этому, молодежное предпринимательство, несмотря на всю динамику, в данный момент находится еще только на стадии развития, что обуславливает ожидание еще более объемных перспектив и масштабных направлений работы в рамках данной области.

Библиографический список

1. Министерство науки и высшего образования РФ [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://minobrnauki.gov.ru/> (Дата обращения: 08.11.2024)

2. Министерство труда и социальной защиты РФ [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://mintrud.gov.ru/> (Дата обращения: 08.11.2024)

3. Министерство экономического развития РФ [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.economy.gov.ru/> (Дата обращения: 08.11.2024)

4. Федеральное агентство по делам молодежи [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://fadm.gov.ru/> (Дата обращения: 08.11.2024)

УДК 338

ОРГАНИЗАЦИЯ И ВЕДЕНИЕ УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА ПРИ УПРОЩЕННОЙ СИСТЕМЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

*Падерина Д.В., бакалавр 4-го курса
Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

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

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

ORGANIZATION AND ACCOUNTING AT SMALL BUSINESSES UNDER A SIMPLIFIED TAXATION SYSTEM

*Paderina D.V. Bachelor of the 4rd year
Scientific supervisor: Gubernatorova N.N., Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. The article discusses the relevance and features of the organization and accounting at small businesses under a simplified taxation system. The features of the organization and accounting at small businesses under the simplified taxation system are analyzed, the methods of simplified accounting are considered, as well as the features of reporting under the simplified taxation system.

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

В современных экономических условиях малые предприятия играют важную роль в развитии экономики, создании новых рабочих мест и стимулировании инноваций. Одним из ключевых аспектов успешного функционирования малого бизнеса является эффективная система налогообложения. В России для малых предприятий предусмотрена упрощенная система налогообложения (далее УСН), которая позволяет снизить налоговую нагрузку и упростить учетные процедуры.

УСН представляет собой специальный налоговый режим, который позволяет малым предприятиям уплачивать налоги по упрощенной схеме. Основные принципы УСН включают:

-упрощенный порядок учета доходов и расходов. Предприятия, применяющие УСН, обязаны вести учет доходов и расходов, но в упрощенной форме, которая не требует детального отражения всех операций;

снижение налоговой нагрузки. УСН позволяет снизить налоговую нагрузку за счет замены нескольких налогов одним;

-упрощенная отчетность. Предприятия, применяющие УСН, сдают менее объемную отчетность, что упрощает процесс учета.

Для того чтобы организация смогла перейти на упрощенную систему налогообложения, ей необходимо соблюсти следующие условия [1]:

- количество сотрудников должно быть менее 130 человек;
- доходы организации должны быть менее 200 млн. руб.;
- остаточная стоимость должна быть менее 150 млн. руб.

Данные величины доходов индексируются на коэффициент-дефлятор.[2]Рассмотрим, как коэффициент-дефлятор влияет на выше перечисленные показатели на 2024 год.

Коэффициент-дефлятор для УСН на 2024 год составляет 1,329.

Применение коэффициента-дефлятора позволит поднять верхнюю границу перехода на УСН с 1 января 2024 года до 149,5 млн рублей (112,5 млн рублей x 1,329), а предельное значение дохода для применяющих УСН предпринимателей – до 265,8 млн рублей (200 млн рублей x 1,329).

Так же для УСН существуют ограничения по виду деятельности. На упрощенной системе налогообложения не могут работать банки, ломбарды, частные агентства занятости, производители алкоголя и табака, а также те, кто производит или торгует ювелирными изделиями из драгоценных металлов.

При УСН налогоплательщики освобождаются от уплаты налогов, уплачиваемых в связи с применением общей системы налогообложения:

- налога на прибыль организаций, за исключением налога, уплачиваемого с доходов по дивидендам и отдельным видам долговых обязательств;

- налога на имущество организаций, однако, с 1 января 2015 г. для организаций, применяющих УСН, устанавливается обязанность уплачивать налог на имущество в отношении объектов недвижимости, налоговая база по которым определяется как их кадастровая стоимость; [3];

- налога на добавленную стоимость, за исключением НДС, уплачиваемого при ввозе товаров на таможене, а также при выполнении договора простого товарищества или договора доверительного управления имуществом.

В рамках УСН организация имеет право выбрать объект налогообложения «доходы» или «доходы, уменьшенные на величину производственных расходов».

Формула для расчета УСН:

Сумма налога = Ставка налога * Налоговая база

Рассмотрим составные части формулы, стоит начать с рассмотрения ставки налога.

Для упрощённой системы налогообложения налоговые ставки зависят от выбранного предпринимателем или организацией объекта налогообложения. При объекте налогообложения «доходы» ставка составляет 6%. Законами субъектов РФ ставка может быть снижена до 1%. Налог уплачивается с суммы доходов. При расчёте платежа за 1 квартал берутся доходы за квартал, за полугодие – доходы за полугодие и т. д. Если объектом налогообложения являются «доходы, уменьшенные на величину производственных расходов», ставка составляет 15%. При этом региональными законами могут устанавливаться дифференцированные ставки налога по УСН в пределах от 5 до 15 процентов. Пониженная ставка может распространяться на всех налогоплательщиков, либо устанавливаться для определённых категорий. В этом случае для расчёта налога берётся доход, уменьшенный на величину расхода. Для предпринимателей, выбравших объект «доходы, уменьшенные на величину производственных расходов», действует правило минимального налога: если по итогам года сумма исчисленного налога оказалась меньше 1% полученных за год доходов, уплачивается минимальный налог в размере 1% от полученных доходов.

Ставка налога умножается на налоговую базу, налоговая база при УСН зависит от выбранного объекта налогообложения: «доходы» или «доходы, уменьшенные на величину расходов»:

- налоговой базой при УСН с объектом «доходы» является денежное выражение всех доходов предпринимателя;

- на УСН с объектом «доходы, уменьшенные на величину расходов» базой является разница доходов и расходов. Чем больше расходов, тем меньше будет размер базы и, соответственно, суммы налога.

Доходы и расходы определяются нарастающим итогом с начала года. Для налогоплательщиков, выбравших объект «доходы, уменьшенные на величину расходов» действует правило минимального налога: если за налоговый период сумма исчисленного в общем порядке налога меньше суммы исчисленного минимального налога, то уплачивается минимальный налог в размере 1% от фактически полученного дохода.

Организации уплачивают налог и авансовые платежи по месту своего нахождения. Налог платится не позднее 28 календарных дней со дня окончания отчетного периода. Уплаченные авансовые платежи засчитываются в счет налога по итогам налогового (отчетного) периода (года) [4]. После необходимо не позднее 25 марта года, следующего за истекшим налоговым периодом сдать налоговую декларацию по упрощенной системе налогообложения.

Организация и ведение учета на предприятиях малого бизнеса при упрощенной системе налогообложения является важным аспектом успешного функционирования малого бизнеса. Правильный выбор системы налогообложения, соблюдение требований законодательства и использование специализированных программ позволяют снизить налоговую нагрузку и упростить учетные процедуры.

Библиографический список

1. Федеральная налоговая служба официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.nalog.gov.ru/rn77/taxation/TAXES/usn/> (дата обращения: 11.11.2024).
2. Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.10.2020 №720 "Об установлении коэффициентов-дефляторов на 2021 год" (Зарегистрирован 16.11.2020 № 60913) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=375657> (дата обращения: 11.11.2024г.)
3. Федеральный закон от 02.04.2014 № 52-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую налогового кодекса российской федерации и отдельные законодательные акты российской федерации» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=398043> п. 2 ст. 346.11 НК РФ, п. 1 ст. 2, ч. 4 ст. 7 (дата обращения: 11.11.2024г.)
4. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 29.10.2024) п.5 [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/22c21f60902851e312e9a7ebc582ba92ecea94a6/ (дата обращения: 11.11.2024)

УДК 657.47

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ОПТИМИЗАЦИИ РАСХОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ

Савкина А.А., бакалавр 4-го курса

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

Аннотация. В статье рассмотрены понятия расходов, затрат, их экономическая сущность, предложены и рассмотрены пути оптимизации расходов организации на производство продукции, работ, услуг.

Ключевые слова: расходы, издержки, затраты, оптимизация расходов, оптимизация издержек.

MAIN DIRECTIONS OF OPTIMIZING ORGANIZATIONAL COSTS

Savkina A.A. bachelor's degree of the 4th year

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

Abstract. The article examines the concepts of expenses, costs, their economic essence, and proposes and examines ways to optimize an organization's expenses for the production of products, works, and services.

Keywords: expenses, costs, cost optimization.

Оптимизация расходов организации является актуальной темой в условиях современного бизнеса, особенно в периоды кризисов.

Оптимизация расходов помогает избежать ненужных рисков, обеспечивая безопасную среду для бизнеса. Это включает в себя снижение затрат на материалы и услуги, которые могут привести к несчастным случаям или другим нежелательным последствиям. Грамотная политика в сфере оптимизации расходов позволяет уменьшить затраты, которые могут сопровождаться рисками для прибыли и рабочего места. Это помогает бизнесу оставаться конкурентоспособным и увеличивать свою прибыль. Оптимизация расходов позволяет компании оставаться на шаг впереди конкурентов за счет сокращения времени выхода на рынок и продвижения инноваций. Это помогает бизнесу быть более эффективным и успешным.

Расходы – это затраты на производство и продажу продукции, товаров и услуг за определённый период. Затраты представляют собой денежную оценку всех расходов, понесённых в ходе экономической деятельности компании.

Расходы включают все затраты, которые компания понесла за определенный период. Обычно они подтверждаются документами и экономически обоснованы. Для достижения экономической целесообразности предстоящие расходы планируются и затем реализуются в соответствии с планом. Особенностью издержек является то, что они объединяют различные виды затрат, необходимые для создания и реализации товаров и услуг.

Затраты представляют собой денежную оценку всех расходов. Для создания и реализации благ необходимы факторы производства, которые предприятие перерабатывает для получения продукции, востребованной потребителями. Затраты определяются несколькими характеристиками:

- денежная оценка факторов производства;
- планирование хозяйственной деятельности;
- временной промежуток.

Затраты организации классифицируются бухгалтерским учетом. Все расходы предприятия делятся на издержки по обычным видам деятельности и прочие расходы. К издержкам по обычным видам деятельности относят:

- покупку сырья и материалов;
- расходы на переработку;
- производственные расходы;
- оплату труда;
- отчисления во внебюджетные фонды;
- амортизацию.

Оптимизация затрат без организационных изменений практически невозможна. Большинство руководителей считают, что самой ёмкой статьёй расходов является оплата труда и социальные выплаты. Поэтому они сокращают персонал, чтобы уменьшить расходы. Однако оптимизация затрат не всегда сводится к увольнению сотрудников. Жесткая экономия также малоэффективна.

Можно выделить несколько ключевых направлений для оптимизации затрат. Первое – это сокращение времени на производство одной единицы продукции. Это косвенно снижает себестоимость производства: за один рабочий цикл можно выпустить больше товаров, что уменьшает постоянные издержки, распределенные на готовую продукцию. Для реализации необходимо мотивировать сотрудников к выполнению обязанностей в большем объеме за меньшее время. Расширить объем автоматизации производства насколько это возможно, осуществлять регулярное техническое обслуживание и ремонт оборудования, что позволит предотвратить простои и поломки в процессе производства. Своевременно обновлять устаревшее оборудование на более современное и эффективное. Регулярно осуществлять повышение квалификации сотрудников.

Сокращение объема закупок товарно-материальных ценностей для производства снижает себестоимость продукции. Уменьшить объем закупок можно двумя способами: суммовым и количественным. Первый способ включает получение скидок при закупках или поиск нового поставщика. Второй способ – модернизация производства или изменение используемых технологий.

Увеличить выпуск продукции при сохранении того же объема сырья также один из способов оптимизации расходов. Эта цель схожа с предыдущей, так как обе они связаны с изменением производственных процессов. Здесь также потребуется модернизация оборудования или внедрение новых, более эффективных технологий. Увеличение объемов производства приводит к снижению суммы постоянных затрат и сохранению объема переменных затрат, что повышает общую рентабельность производства.

Успех и финансовые результаты компании зависят от себестоимости продукции, которую вы выпускаете, работ, которые выполняете, и услуг, которые предоставляете. Себестоимость ваших товаров является фундаментом для определения прибыли, конкурентных преимуществ товара и финансового состояния всей организации.

Успешная работа обеспечивается анализом и диагностикой затрат на производство и себестоимости продукции в компаниях на рынке. Анализ себестоимости позволяет корректировать производственные издержки и последовательно снижать расходы на каждом производственном участке.

Что вы получаете, анализируя себестоимость продукции:

- объективную оценку реализации плана по себестоимости и возможность отследить динамику;
 - своевременное выявление непроизводительных расходов и потерь;
 - определение ключевых направлений, которые позволят более рационально распределять ресурсы производства;
 - оперативное влияние на формирующиеся показатели себестоимости.
- Анализ затрат на производство продукции должен проводиться поэтапно (рис.1):



Рисунок 1. Этапы анализа затрат на производство продукции

На первом шаге происходит выявление отклонений и сравнение с прогнозами и данными прошлых лет. Для начала необходимо выявить абсолютные и относительные отклонения показателей производственных расходов. Это включает сравнение текущих данных с прогнозами и аналогичными данными прошлых лет. Такой анализ позволяет оценить, насколько фактические расходы соответствуют запланированным и как они изменились по сравнению с предыдущими периодами.

На втором этапе происходит оценка изменений в структуре затрат и их влияние на итоговые показатели. Определяются колебания удельного веса отдельных статей затрат и сравниваются с прогнозами и данными прошлых лет. Вычисляется влияние этих отклонений на итоговые показатели, что позволяет выявить наиболее значимые статьи затрат и их влияние на общую себестоимость продукции.

На заключительном третьем этапе проводится анализ затрат на рубль товарной продукции и оценка факторов, влияющих на их уровень. Анализируется динамика этих показателей и оцениваются факторы, влияющие на их уровень. Это включает изучение таких факторов, как изменение объема производства, структуры выпуска продукции, технологических процессов и организации производства.

Такой поэтапный анализ позволяет выявить резервы для сокращения себестоимости продукции, оптимизировать производственные процессы и повысить общую эффективность деятельности компании. Не забывайте выделять максимальные изменения и те статьи расходов, которые обладают наибольшим удельным весом в производственных издержках. Обязательно дополнительно проводите этот анализ.

Использование данной методики помогает рассмотреть статьи расходов не только как факторы, которые влияют на изменение затрат на производство, но и как отдельные компоненты её структуры.

Таким образом, оптимизация затрат является ключевым элементом успешного функционирования компании. Поэтапный анализ себестоимости продукции, сокращение времени на производство и внедрение эффективных методов управления позволяют значительно снизить производственные издержки, повысить конкурентоспособность и улучшить финансовые показатели организации.

Список литературы

1. Сергеева И.А. Управленческий учет : учебное пособие / И.А. Сергеева, Н.Н. Губернаторова. Москва : КноРус, 2022. 175 с. URL: <https://book.ru/book/942511> (дата обращения: 04.11.2024).
2. Управленческий учет : учебное пособие / О.Д. Соловьев, А.В. Горбачева, Е.С. Игонина [и др.] ; под общ. ред. О.Д. Соловьева. Москва : Русайнс, 2023. 142 с. URL: <https://book.ru/book/951823> (дата обращения: 04.11.2024).

УДК 336.7

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ПОД САНКЦИЯМИ: 8 ПРОБЛЕМ, С КОТОРЫМИ СТОЛКНУЛИСЬ ИТ-СЛУЖБЫ РОССИЙСКИХ БАНКОВ

Семина Е.А., бакалавр 4-го курса

Юрикова А.И., бакалавр 4-го курса

Научный руководитель: Медведева Т.В., к.э.н., доцент

Тульский филиал Финуниверситета, Тула

Аннотация. банковская сфера очень важна для функционирования экономики страны, поэтому она должна максимально оперативно реагировать на все передовые технологии, несмотря на секционный давление.

Ключевые слова: банки, цифровизация, санкции.

DIGITALIZATION UNDER SANCTIONS: 8 PROBLEMS FACED BY IT SERVICES OF RUSSIAN BANKS

Semina E.A. Bachelor of the 4th year

Yurikova A.I. Bachelor of the 4th year

Scientific supervisor: T.V. Medvedeva, Ph.D. in Economics, Associate Professor

Tula branch branch of the Financial University, Tula

Annotation. The banking sector is very important for the functioning of the country's economy, so it must respond as quickly as possible to all advanced technologies, despite sectional pressure.

Keywords: banks, digitalization, sanctions

В 2022 году ИТ-ландшафт банков начнет заметно меняться, место западных продуктов, которые лишились поддержки, постепенно будут занимать отечественные. До недавнего времени, банки часто игнорировали требования государства по импортозамещению, не желая жертвовать функциональностью и производительностью своих информационных систем. А в некоторых случаях, просто в силу человеческой инертности, цеплялись за старые привычные продукты. Сегодня финансовые организации поставлены в условия, когда решения нужно принимать стремительно.

Деловой TAdviser на условиях анонимности провел опрос ИТ-директоров российских банков с целью выяснить, в каких областях они наиболее зависимы от импорта, с какими проблемами уже столкнулись представители отрасли, и как они планируют преодолевать возникшие сложности. Проанализировав ответы экспертов, TAdviser выделил 8 наиболее острых проблем. Выводы TAdviser прокомментировали представители российских ИТ-разработчиков [1].

Невозможность в обозримой перспективе заместить продукты Oracle

Практически все опрошенные в качестве одной из главных проблем назвали использование СУБД иностранного производства и, в частности, Oracle. По словам представителей банковской отрасли все mission critical системы банков работают либо на Oracle, либо на Microsoft SQL Server.

Так, по словам ИТ-директора одного из крупных российских банков, конечно, АБС (автоматизированные банковские системы) в большинстве банков отечественные, однако они созданы под Oracle, чуть реже под Microsoft SQL Server. Чтобы перейти на использование отечественных СУБД необходимо создать новые АБС и процессинг. В текущей ситуации на такие риски ни один банк не пойдет.

Две трети опрошенных сказали, что в данный момент они запретили обновления Oracle и не планируют ничего делать в ее отношении в ближайшие 6-8 месяцев. По мнению участников опроса, Oracle очень устойчивая система, которая сможет стабильно работать без обновлений несколько лет. В текущих условиях замещать Oracle отечественными СУБД нецелесообразно,

считают банкиры, так как это будет неоправданно дорого, займет много времени, к тому же это можно будет сделать лишь с потерей части функционала.

Если уход от Oracle окажется неизбежным, то российские банки будут вынуждены объединяться для совместных инвестиций в разработку АБС на java. Такие решения уже есть у некоторых российских разработчиков, например ЦФТ, «Диасофт» и «ПрограмБанк». Однако, по мнению специалистов, из-за недофинансирования эти решения далеки от того уровня, который требуется крупным банкам.

Некоторые участники рынка полагают, что раз СУБД работают стабильно независимо от наличия технической поддержки, то о них в ближайшее время можно и не беспокоиться, сосредоточившись на более уязвимых сегментах ИТ-ландшафта.

Острый дефицит серверного и сетевого оборудования

Дефицит «железа» коснулся не всех участников опроса, однако некоторые представители отрасли столкнулись с «замораживанием» уже подписанных контрактов. Причем, если с точки зрения серверного оборудования есть возможность приобрести отечественное или китайское, то сетевое оборудование, соответствующее требованиям крупных банков, практически все «западное». К тому же, например, Cisco уже «обрезала» часть функционала оборудования, связанного с предоставлением облачных сервисов.

ИТ-директор крупной финансовой организации пояснил TAdviser, что на рынке не выработано общей стратегии. Некоторые банки попытались сделать запасы оборудования, но его в стране оказалось не так много. Другие начали переговоры с китайскими компаниями, готовыми предоставлять свои решения. Третьи прорабатывают «серые» схемы поставки оборудования через прокси-компании. При этом эксперт отмечает, что сейчас цены на оборудование поднялись вдвое, поэтому все банки стали более взвешенно относиться к его закупке.

Нет аналитических систем необходимого класса.

Примерно половина опрошенных поделилась опасением, что могут быть проблемы с аналитическими системами SAS и IBM. Это относительно недорогие решения, которые используются, например, для при кредитном скоринге для оценки платежеспособности заемщика. Однако, по уверению специалистов, российских аналогов SAS пока нет [2].

Зависимость от иностранных систем виртуализации.

По мнению представителей ряда крупных банков, привычка использовать решения виртуализации от крупных американских компаний VMware и Citrix сыграла с ними злую шутку. Сегодня практически во всех крупных российских банках внедрены разработки именно этих компаний.

По словам эксперта, заместить эти решения можно, однако банки будут вынуждены смириться с потерей части функционала, который активно используется. Отечественные решения есть, однако они заметно отличаются по возможностям от американских. Чтобы сохранить привычный набор сервисов придется собирать «конструкторы» из систем разных вендоров, а возможно что-то еще и дописывать. Миграция на отечественные системы виртуализации может занять от 6 до 18 месяцев.

Информационная безопасность построена на иностранном оборудовании.

О первостепенности импортозамещения в области информационной безопасности (ИБ) в банках говорят уже несколько лет, однако банковские ИБ-контуры по-прежнему строятся на иностранном оборудовании. Причем, иностранное оборудование используется практически на всех уровнях, от сетевых экранов до систем криптошифрования [3].

Как рассказал TAdviser представитель отрасли, российские банки запустили процесс импортозамещения в области ИБ три года назад. Причем, в России, за редким исключением есть практически весь спектр ИБ-оборудования и широкий набор программных решений. Однако переход на них шел очень медленно, возможно сейчас в связи с санкционными ограничениями все произойдет одномоментно. По мнению собеседника, риски слишком велики, а сегодня даже системы криптошифрования в отечественных банках работают на «железе» американской компании SafeNet или французской Thales.

Иностранные среды и инструменты разработки.

Эта проблема касается, конечно, только тех банков, которые ведут активные разработки ПО. Однако все крупнейшие банки страны давно перестали быть исключительно финансовыми организациями и стали fintech-компаниями. Более того в некоторых из них трудится больше разработчиков, чем в профильных интеграторах. И они в своей работе применяют не только

передовые методологии, которые пришли в Россию с американского и европейского рынка, но и пользуются иностранными инструментами и средами разработки [4].

Конечно, ограничения доступа к Jira, Trello, Slack или Microsoft Teams не разрушат банковский бизнес, однако это создает неудобство для разработчиков, привыкших к определенным формам рабочего взаимодействия.

Ограничение доступа к мобильным платформам.

Еще одна проблема, с которой уже столкнулись российские банки, попавшие под санкции — доступ к мобильным клиентским платформам. Например, владельцы гаджетов Apple сегодня не могут пользоваться мобильным приложением ВТБ, так как американская компания удалила приложение из AppStore. На устройствах под управлением Android приложение пока работает. Однако никто не может гарантировать, что в случае ужесточения санкций, которые обновляются каждый день, Google не последует примеру Apple [5].

ИТ-директор одного из российских банков отметил, что ему, как держателю карты ВТБ, техподдержка рекомендовала использовать онлайн версию личного кабинета. Однако, по его словам, для клиентов, привыкших к простоте и удобству мобильных приложений, переход на браузерную версию станет поводом задуматься о переходе в банк, который не попал под действие санкций.

Отсутствие полнофункциональных офисных пакетов.

Конечно, об этой проблеме говорили давно, более того государственные структуры уже несколько лет пытаются перейти на российское офисное ПО. Однако большинство банков импортозамещением в этом направлении не занимались. К тому же, по уверению представителей бизнеса, у российских аналогов пока недостаточно функционала. Если редакторы текста или таблиц более или менее отвечают требованиям банков, то планировщик, а также возможность интеграции с корпоративными системами и многое другое отечественным разработчикам еще предстоит «допилить».

В результате техническая возможность перейти на отечественное офисное ПО у банков есть, однако они не хотят, не видят смысла, да и просто привыкли к широкому набору сервисов, включенных в пакет Microsoft. К тому же, по уверению некоторых представителя рынка, сам переход будет неоправданно дорогим, куда проще вернуться к модели использования нелегального ПО. Вместе с тем, один из собеседников TAdviser отметил, что если ситуация будет усугубляться, то офисное ПО будет одной из первых областей, где произойдет полное замещение зарубежных пакетов набором решений отечественных разработчиков.

Библиографический список

1. Глобальная база по отслеживанию санкционных ограничений [Электронный ресурс]. URL: <https://www.castellum.ai/russiasanctions-dashboard> (дата обращения 10.11.2024).
2. Банки в России срочно меняют ПО из-за санкций. Что ждет рынок финансов, портал RBK PRO [Электронный ресурс]. URL: <https://pro.rbc.ru/demo/629df3da9a7947a528b9d9e7> (дата обращения 10.11.2024).
3. Цифровизация под санкциями: 8 проблем, с которыми столкнулись ИТ-службы российских банков», Деловой портал TAdviser [Электронный ресурс]. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Цифровизация_под_санкциями_8_проблем,_с_которыми_столкнулись_ИТ_службы_российских_банков (дата обращения 10.11.2024).
4. Итоги работы Банка России за 2022 год [Электронный ресурс] URL: https://cbr.ru/about_br/publ/results_work/2022/cenovayai-finansovaya-stabil-nost/#a_145418 (дата обращения 10.11.2024).
5. Ковалева Е.Г., Корсачева Е.А., Васильев И.И. Влияние антироссийских санкций на банковскую систему РФ. Меры поддержки Центральным Банком России банковского сектора в связи с антироссийскими санкциями [текст] // Журнал Финансовые рынки и банки, 2022, №11. (дата обращения 10.11.2024).

УДК 004.832.28

ИСТОРИЧЕСКИЕ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Сергутина К.М., магистрант 1-го курса
Научный руководитель: Губернаторова Н.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе дается историческая справка о становлении такого понятия как «стратегия устойчивого развития», описываются основные нормативные акты, формировавшие данный термин. Кроме того, рассматриваются теоретические аспекты понятия «стратегическое управление»: методы, принципы, этапы; приводятся взгляды различных авторов. Также дается трактовка условий, при соблюдении которых предприятие может считаться устойчивым.

Ключевые слова: стратегия, управление, стратегическое управление, устойчивость, финансовая устойчивость, устойчивое развитие, стратегия устойчивого развития.

HISTORICAL AND THEORETICAL ASPECTS OF THE FORMATION OF A SUSTAINABLE DEVELOPMENT STRATEGY OF THE ENTERPRISE

Sergutina K.M. master's student of the 1st year

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

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The paper provides a historical background on the formation of such a concept as a "sustainable development strategy", describes the main normative acts that formed this term. In addition, the theoretical aspects of the concept of "strategic management" are considered: methods, principles, stages; the views of various authors are given. It also provides an interpretation of the conditions under which an enterprise can be considered sustainable.

Keywords: strategy, management, strategic management, sustainability, financial sustainability, sustainable development, sustainable development strategy.

С конца прошлого столетия актуальной проблемой стало стратегическое развитие государства в целом, и отдельных экономических субъектов в частности. Такое изменение связано с пересмотром существующей ранее идеологии. До конца прошлого века в мире существовала тенденция к чрезмерному увеличению финансовых результатов и росту потребления, так называемая «цивилизация максимизации» [2, с. 9]. Однако такая система не учитывала всевозможные ограничения, среди которых можно назвать ресурсные ограничения, природные, трудовые, а также вероятность социальных взрывов и техногенных катастроф.

По этой причине возникла необходимость пересмотра существующих на тот момент взглядов и воззрений в области дальнейшего развития мира, в частности, его экономического развития. Стало очевидным, что необходим переход к социально ориентированной форме организации общества, при которой основной упор делается не на максимизацию результатов, а на создание таких условий, при которых будет возможно улучшение производственно-экономических отношений. Подобные идеи рассматривались в трудах различных ученых-экономистов, но окончательное свое развитие получили при формировании концепции устойчивого развития.

В наиболее законченном виде данное мировоззрение было сформулировано в Докладе Международной комиссии по окружающей среде и развитию «Наше общее будущее» в 1987 году. Под устойчивым развитием понимается такое развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности [1]. Сформированная концепция нашла свое отражение в разработанных впоследствии Целях развития тысячелетия, а после них – в семнадцати Целях устойчивого развития (ЦУР), сформированных ООН до 2030 года. Среди выдвинутых целей можно выделить экономические, социальные и экологические цели.

При этом стало очевидным, что достижение поставленных целей лишь на государственном уровне невозможно. Успех поставленной задачи напрямую зависит от заинтересованности отдельных хозяйствующих субъектов. А потому перед государством встала необходимость разработки инструментов, стимулирующих частные компании к реализации целей устойчивого развития. Среди возможных инструментов государственного регулирования можно выделить фискальные, кредитные, аутсорсинговые, предоставление гарантий и др. При этом важно отметить, что внедрение предприятиями целей устойчивого развития в свою стратегию не должно быть насильственным. Организации должны осуществлять осознанное стратегическое управление, исходя из вышеописанных глобальных целей.

Можно по-разному подойти к трактовке понятия «стратегическое управление». Так, А.С.Птускин под стратегическим управлением понимает процесс формирования потенциала предприятия [3, с.4]. А И.К.Ларионов, рассмотрев отдельно понятия «стратегия» и «управление» дает определение стратегии управления развитием системы - упорядоченная человеком

совокупность определенных им мер организационно- информационного воздействия по развертыванию жизнедеятельности этой системы в долгосрочной перспективе, на основе нахождения рациональных способов взаимодействия внутреннего состава и внутренней структуры системы с ее внешней средой, под углом зрения превращения мотивов ее жизнесуществования в ее цели и путем активизации ее внутренних ресурсов и создания эффективного механизма ее функционирования [4, с. 18]. Различные трактовки понятия «стратегическое управление» можно увидеть в таблице 1:

Таблица 1 – Трактовки понятия «стратегическое управление»

Автор	Трактовка понятия
Панов А.И.	Процесс управления по постановке и реализации долгосрочных целей, выработке эффективных взаимоотношений фирмы с ее окружением в соответствии с поставленными целями и ее внутренним возможностям.
Харченко В.Л.	Процесс определения, разработки, принятия и реализации стратегических решений, при котором центральным звеном является стратегический выбор, что основан на сопоставлении возможного собственного ресурсного потенциала предприятия с угрозами внешнего окружения.
Гапоненко А.Л.	Такой процесс управления, при котором осуществляется своевременная выработка целей развития, а также определяются и осуществляются все необходимые действия, направленные на достижение этих целей.
Попов С.А.	Непрерывный и достаточно динамичный процесс; рационально специализированная оптимальным образом и соответствующе высокопрофессиональная управленческая деятельность, которая распределяется по структуре организации и среди всех менеджеров.
Дресвянников В.А.	Такое управление организацией, которое направлено на достижение долгосрочных целей и обеспечение преимуществ перед конкурентами с учетом изменений среды; наивысшая часть системы управления организацией, которая является основой для тактического и оперативного управления.

Таким образом, каждый автор отмечает различные аспекты рассматриваемого понятия исходя из того, что считает наиболее важным. Однако мы больше склоняемся к определению, данному В.Л. Харченко, поскольку оно отражает такой важный аспект стратегического управления как принятие решения на основе внутренних возможностей организации и существующих при этом внешних угроз.

При этом существуют различные подходы к определению такого понятия как «устойчивость организации». Так, понятие устойчивости можно связать с финансовой устойчивостью компании. Другие авторы считают, что под устойчивостью предприятия стоит понимать его способность к максимизации прибыли и поддержании её на заданном уровне. Кроме того, выделяют различные методы определения устойчивости компании. При использовании «статических» подходов устойчивость рассматривается при помощи специальных характеристик, отражающих экономическую стабильность предприятия в данный момент. «Динамические» подходы подчеркивают важность способности предприятия адаптироваться к изменению окружающих условий. И, наконец, при использовании «структурных» методов следует учитывать специфику управленческих процессов и особенности деятельности организации. При рассмотрении устойчивости предприятия как комплексного понятия изучаются следующие аспекты деятельности организации:

- производственные процессы;
- организационные процессы;
- инновационные процессы;
- финансовые процессы;
- научно-технический уровень;
- качество выпускаемой продукции;
- стабильность системы снабжения ресурсами;
- кадровый потенциал.

Е.В .Корчагина выделяет следующие ключевые условия для достижения предприятием устойчивого положения [6]:

1. Ясность позиционирования и взаимодействие с другими участниками на макроэкономическом уровне и стремление к реализации общих стратегических целей экономического развития;

2. Наличие степени независимости и самостоятельности в принятии решений, а также эффективная управленческая структура;

3. Способность поддерживать свои основные функции и качества при изменениях в форме и структуре;

4. Гармонизация производственных процессов с потребностями экономического сообщества и больших систем, адаптация к их динамике;

5. Способность к самоорганизации и саморазвитию.

Таким образом, для того, чтобы достичь состояния устойчивости, предприятию необходимо двигаться в направлении своих заданных стратегических целей, но при этом поддерживать стабильность функционирования всех внутренних систем и подсистем.

Понятие устойчивости и стабильности является сложным понятием. Для того, чтобы представлялось возможным говорить об устойчивости предприятия в целом, должны поддерживаться следующие элементы устойчивости предприятия:

-производственно-техническая стабильность, предполагающая непрерывность производственного процесса и стабильность поставок ресурсов;

-коммерческая устойчивость, предполагающая поддержание устойчивого положения на рынке и высокого уровня конкурентоспособности;

-организационная стабильность, предусматривающая эффективное функционирование внутренней системы организации;

-инновационная устойчивость, означающая способность предприятия к внедрению новых технологий в производственный процесс;

-социальная устойчивость, предполагающая ориентированность компании на интересы сотрудников, их защищенность и предоставление хороших условий труда.

При этом ключевым параметром устойчивости предприятия является его финансовая стабильность. Финансовая стабильность заключается в обеспечении компании необходимыми финансовыми ресурсами для поддержания непрерывности производственного процесса, осуществления текущих и перспективных финансовых обязательств. Это состояние финансов, позволяющее предприятию уверенно управлять денежными потоками, гарантируя продолжительность производственной деятельности, реализацию продукции, а также инвестиции в её развитие.

Весь процесс стратегического управления предприятием проходит в несколько последовательных этапов, которые представлены на рисунке 1:



Рисунок 1. Этапы процесса стратегического управления организацией

Каждое из этих действий взаимосвязано и не может рассматриваться по отдельности. Стратегические процессы развиваются в течение достаточно продолжительного периода времени, а появление новых стратегических факторов внешней и внутренней среды может вызвать необходимость пересмотра стратегии. При этом на эффективность стратегического управления могут влиять следующие факторы:

- рассмотрение организации как целостной системы;
- использование специальных методов сбора и анализа информации с целью облегчения процесса принятия стратегических решений;
- внедрение инноваций;
- предвидение возможных тенденций в развитии общества и организации.

Проблема недостаточной эффективности реализации разработанных стратегий не нова, однако ее начальному исследованию посвящены работы преимущественно западных ученых.

Несмотря на то, что каждая организация разрабатывает свою стратегию развития, на основании которой и осуществляется процесс стратегического управления, можно выделить некоторые общие принципы стратегического управления [4, с. 28]:

1. Стратегия должна быть ориентирована на благо человека.
2. Научность.
3. Объективность.
4. Обоснованность.
5. Иерархичность.
6. Адаптивность.
7. Программно-целевой подход.
8. Оптимальность.
9. Экономичность.
10. Непрерывное развитие и совершенствование.
11. Сочетание традиций и инноваций в управлении.
12. Обеспечение внутренней и внешней безопасности системы.

Не существует общепринятых методов осуществления стратегического управления на предприятии. Выбор того или иного метода исходит из особенностей внутренней среды организации. Существуют лишь общие методы стратегического анализа, которые могут быть использованы и адаптированы под конкретную организацию и разработанную ею стратегию. Формальные методы побуждают менеджеров смотреть вперед, ясно определять цели и распределять ресурсы, создают основу и информационную структуру для выработки стратегических решений.

Библиографический список

1. Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию «Наше общее будущее». // Организация объединенных наций. Генеральная Ассамблея. С. 59. URL: <https://www.un.org/ru/ga/pdf/brundtland.pdf> (дата обращения 09.11.2024).
2. Интеграция целей устойчивого развития в бизнес-стратегию компаний : монография / А.З. Бобылева, Е.Н. Жаворонкова, О.А. Львова [и др.] ; под ред. А.З. Бобылевой. Москва : Русайнс, 2023. 229 с. URL: <https://book.ru/book/949549> (дата обращения: 09.11.2024).
3. Птускин А.С. Стратегическое управление : учебное пособие / А.С. Птускин, А.И. Волков. Москва : ИНФРА-М, 2023. 146 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/2125007> (дата обращения: 09.11.2024).
4. Стратегическое управление : учебник / под ред. И.К. Ларионова. 6-е изд. Москва : Дашков и К, 2023. 234 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/2084465> (дата обращения: 09.11.2024).
5. Шепелева О.П., Стратегическое управление устойчивостью интегрированной компании : монография / О.П. Шепелева, С.П. Полякова. Москва : Русайнс, 2024. 141 с. URL: <https://book.ru/book/954560> (дата обращения: 09.11.2024).
6. Корчагина Е. В. Сбалансированная система показателей как инструмент управления развитием компании: Сравнение российского и зарубежного опыта // ПСЭ. 2009. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sbalansirovannaya-sistema-pokazateley-kak-instrument-upravleniya-razvitiem-kompanii-sravnenie-rossiyskogo-i-zarubezhnogo-opyta> (дата обращения: 09.11.2024).

УДК 336.14

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОГО БЮДЖЕТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

*Тищенко А.В., специалист 3-го курса Калужского филиала РАНХиГС
Научный руководитель: Губернаторова Н.Н.,
к.э.н., доцент Калужского филиала РАНХиГС*

Аннотация. В статье исследуются ключевые аспекты формирования доходов и расходов федерального бюджета РФ, а также их влияние на социально-экономическое развитие страны. В тексте подробно

описывается процесс формирования бюджета на основе сценарных прогнозов социально-экономического развития, которые учитывают важнейшие макроэкономические параметры, такие как темп роста доходов, уровень инфляции и мировые цены на энергоресурсы. Ключевые принципы финансовой политики государства, определяемые Бюджетным кодексом, включают выработку научно обоснованных концепций, концентрацию ресурсов в централизованных фондах и приоритизацию расходов на наиболее важные направления экономики. Статья акцентирует внимание на структуре доходов федерального бюджета, где основное место занимают налоговые и неналоговые поступления, а также доходы от нефтегазового сектора. Параллельно анализируются изменения в динамике поступлений, которые показывают, как увеличение, так и уменьшение доли нефтегазовых доходов в ВВП на фоне колебаний мировых цен на энергоресурсы. Выводы статьи подчеркивают актуальные проблемы, с которыми сталкивается федеральный бюджет, включая истощение источников финансирования, негативное влияние инфляции и колебаний валютного курса, а также внешнеэкономических санкций. Обсуждаются также изменения в структуре бюджета, которые акцентируют внимание на растущих расходах на оборону в контексте геополитической напряженности.

Ключевые слова: федеральный бюджет Российской Федерации, доходы федерального бюджета, расходы федерального бюджета, финансовая политика, национальная оборона, социальная политика, проблемы формирования федерального бюджета РФ

ACTUAL PROBLEMS OF FORMATION OF THE FEDERAL BUDGET OF THE RUSSIAN FEDERATION

Tishenkov A.V., 3rd year specialty of the Kaluga branch of the RANEPA

Scientific supervisor: Gubernatorova N.N.

Candidate of Economics, Associate Professor of the Kaluga branch of the RANEPA

Annotation. The article examines the key aspects of the formation of revenues and expenditures of the federal budget of the Russian Federation, as well as their impact on the socio-economic development of the country. The text describes in detail the process of budget formation based on scenario forecasts of socio-economic development, which take into account the most important macroeconomic parameters such as income growth rate, inflation rate and world energy prices. The key principles of the state's financial policy, defined by the Budget Code, include the development of scientifically sound concepts, the concentration of resources in centralized funds and the prioritization of expenditures in the most important areas of the economy. The article focuses on the structure of federal budget revenues, where the main place is occupied by tax and non-tax revenues, as well as revenues from the oil and gas sector. In parallel, changes in revenue dynamics are analyzed, which show both an increase and a decrease in the share of oil and gas revenues in GDP against the background of fluctuations in world energy prices. The conclusions of the article highlight the urgent problems faced by the federal budget, including the depletion of sources of financing, the negative impact of inflation and exchange rate fluctuations, as well as foreign economic sanctions. Changes in the budget structure are also being discussed, which focus on growing defense spending in the context of geopolitical tensions.

Keywords: federal budget of the Russian Federation, federal budget revenues, federal budget expenditures, financial policy, oil and gas revenues, national defense, social policy, problems of formation of the federal budget of the Russian Federation

Актуальные проблемы формирования федерального бюджета Российской Федерации представляют собой одно из важнейших направлений исследований в области финансовой политики и государственного управления. В последние годы государство столкнулось с рядом сложностей, влияющих на процесс формирования бюджета и его исполнение. Необходимость обеспечения фискальной устойчивости, эффективного расходования средств, учета социальных и экономических интересов различных регионов и слоев населения, а также соблюдение принципов транспарентности и ответственности – все это ставит перед государственными властями серьезные вызовы.

Цель исследования: заключается в комплексном исследовании актуальных проблем формирования федерального бюджета Российской Федерации.

Материалы и методы исследования. Теоретические и методические аспекты насущных проблем формирования федерального бюджета Российской Федерации исследовались в трудах Арлановой О.И., Бибоева Р.Х., Дружиловского С.Б., Евдокимова Д.В., Жиликова Д.И., Заралиди В.П., Зотикова Н.З., Колтунова А.В., Константиновой А.Е., Кудрина А.Л., Львовой М.В., Москалевой В.А., Новосельского С.О., Петрушиной О.В., Тебловой И.Б., Торбиной А.С., Храмченко А.А., Шамиловской Д.А., и др.

Федеральный бюджет Российской Федерации играет ключевую роль в финансовой системе страны. Он определяет максимальные размеры и структуру ожидаемых доходов, которые служат основным источником для выполнения расходных обязательств, направленных на поддержание и развитие социально-экономических процессов.

«Порядок формирования доходов и расходов федерального бюджета, закреплённый статьями 39 и 65 Бюджетного кодекса РФ, определяет ключевые принципы финансовой политики государства» [1].

К основным принципам финансовой политики государства можно отнести следующие аспекты:

- формирование научно обоснованной концепции финансового развития, основанной на глубоком анализе экономической ситуации, прогнозах её стабилизации и роста, а также учёте потребностей как народного хозяйства, так и населения в финансовых ресурсах;
- сосредоточение части финансовых средств в централизованных государственных фондах с целью обеспечения финансирования ключевых расходов, включая содержание Правительства, армии, судебных и исполнительных органов, а также учреждений образования, здравоохранения и культуры;
- регулирование финансовых отношений через фискальную политику, направленную на оптимизацию налоговой системы с целью увеличения поступлений в государственный бюджет.

Формирование бюджета опирается на три ключевых источника: налоговые доходы и неналоговые доходы, а также безвозвратные доходы. Все эти источники регулируются соответствующими законодательными нормами, в том числе бюджетным законодательством, налоговыми и сборными законами и нормативными актами, связанными с безвозмездными поступлениями.

Доходы, поступающие от нефтегазового сектора, формируются за счет различных источников, включая налог на добычу полезных ископаемых (НДПИ), акцизы на нефтепродукты и экспортные таможенные пошлины.

Что касается ненефтегазовых доходов, их можно классифицировать следующим образом:

- доходы, связанные с внутренним производством, такие как налог на добавленную стоимость, акцизы и налог на прибыль организаций;
- доходы, связанные с импортом, включая ввозной НДС, акцизы и таможенные пошлины на ввоз;
- прочие ненефтегазовые доходы, например, средства, полученные от управления резервным фондом, а также доходы от продажи как материальных, так и нематериальных активов.

В соответствии с данными, представленными в таблице, доходы нефтегазового сектора в 2022 году выросли до 7,6 % от валовых внутренних продуктов, что послужило причиной резкого подорожания энергоресурсов. Однако в конце 2023 года показатель снижается до 5,3% от ВВП в результате падения мировых цен на энергоносители и ряда действующих экспортных ограничений (для дорогих нефтепродуктов, например, дизельного топлива допустимый уровень составил 100 долларов за баррель, а для более дешёвых - мазута – 45 долларов за баррель. Ограничения вступили в силу 5 февраля 2023 года одновременно с запретом морских поставок нефтепродуктов из России в ЕС). Прогнозируется, что к концу 2024 года эти доходы составят 6,4% от ВВП, учитывая колебания валютного курса. В дальнейшем, по прогнозному сценарию, этот показатель будет снижаться к 5,6% в 2026 году. Это уменьшение обусловлено как стабилизацией ценовой ситуации после значительных колебаний в период с 2020 - 2022 гг., так и ростом доли нефти, извлекаемой с месторождений.

Структура и объем доходов федерального бюджета, не связанных с нефтью и газом, в 2024 - 2026 гг., в целом останутся стабильными, составляя примерно 11 - 12% от ВВП. Исключение составит 2024 год, когда данный показатель к концу года достигнет 13,1% от ВВП. Это будет происходить на фоне восстановления экономического роста после экономического спада, произошедшего в 2022 году [2].

Таблица 1 - Доходы федерального бюджета в 2019 – 2026 гг., млрд. руб.

Показатели	2019г.	2020г.	2021г.	2022г.	2023г.	2024г.	2025г.	2026г.
Доходы, всего	20 188,8	18 719,1	25 286,4	27 824,4	28 674,1	35 065,3	40 296,1	41 840,9
%% ВВП	18,4	17,4	18,7	18,1	17,3	19,5	17,6	16,8

Нефтегазовые доходы (НГД)	7 924,3	5 235,2	9 056,5	11 586,2	8 863,5	11 504,3	11 759,8	11 414,7
%% ВВП	7,2	4,9	6,7	7,6	5,3	6,4	6,2	5,6
Базовые НГД	4 967,4	5 557,6	5 889,5	6 508,9	8 000,0	9 683,2	9 924,1	9 569,8
Дополнител. НГД	2 956,8	-322,3	3 167,0	5 077,3	863,5	1 821,1	1 835,7	1 844,8
Ненефтегаз. доходы	12 264,5	13 483,8	16 229,9	16 238,2	19 810,5	23 561,0	21 792,6	22 636,3
%% ВВП	11,2	12,5	12,0	10,6	11,9	13,1	11,4	11,2
Оборотные налоги	8 785,4	8 870,4	11 145,3	11 114,4	13 641,3	14 782,5	15 615,0	16 457,9
Налоги на доходы	1 185,0	1 091,4	1 643,1	1 818,5	1 987,6	2 209,9	2 295,2	2 359,2
Другие доходы	1 618,6	2 834,9	2 558,5	2 312,1	3 248,4	5 588,0	3 030,6	2 927,4

«Согласно представленным ФНС материалам, в 2022 году поступления ненефтегазовых доходов в консолидированный бюджет РФ составили 24,5 трлн рублей, в 2023 году – 28,3 трлн рублей. Доля ненефтегазовых доходов в консолидированном бюджете РФ выросла за прошлый год с 73% до 78%. Поступления налога на прибыль выросли на 25%, до 7,9 трлн рублей, НДС – на 11%, до 7,2 трлн рублей, НДФЛ – на 14%, до 6,5 трлн рублей. Поступления налоговых доходов в бюджетную систему РФ ожидаются в 2024 году на уровне 52,5 трлн рублей, что на 12% больше 2023 года» [3].

При анализе изменений в бюджете следует отметить, что доходы и расходы не всегда находятся в состоянии равновесия. В разные временные отрезки можно наблюдать колебания между дефицитом и профицитом бюджета, что ярко иллюстрируется данными за 2019 и 2021 годы (рис. 1) [4].

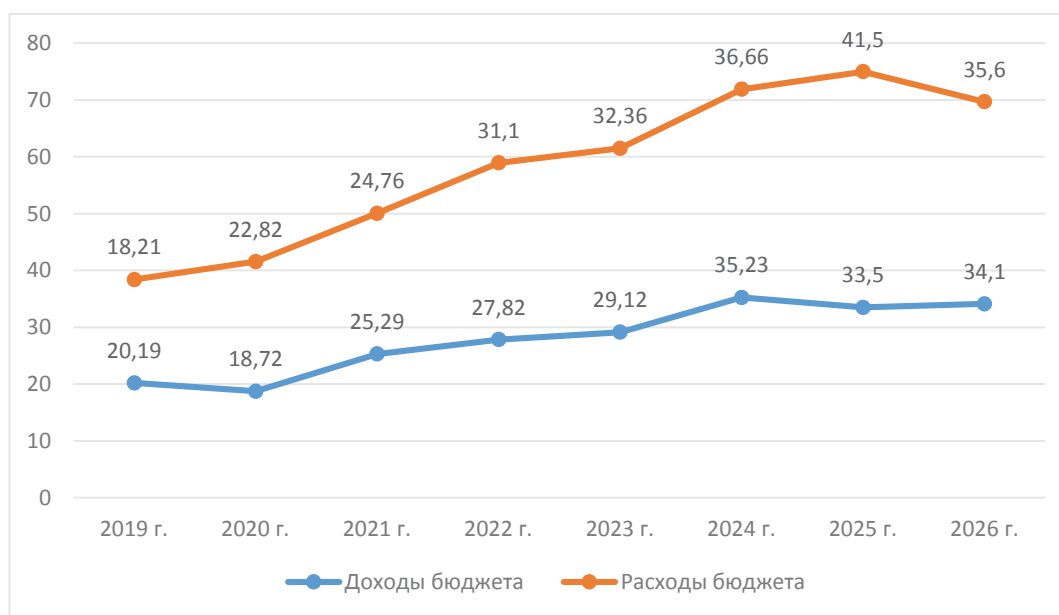


Рисунок 1 – Изменения в динамике исполнения бюджета РФ за 2019 – 2026 гг., трлн. руб.

Общие поступления в федеральный бюджет показывают рост с 2019 года. Увеличение доходов от налогов и прочих источников говорит о позитивной тенденции в экономическом развитии страны.

В 2025 году отмечен резкий скачок в расходах бюджета. В структуре расходов крупнейшей станет национальная оборона, на которую придется 32,4% всех трат (13,49 трлн рублей). Социальная политика будет вторым по размеру разделом бюджета (15,7% всех трат), на третьем месте — национальная экономика (10,5%), на четвертом – национальная безопасность и правоохранительная деятельность (8,3%).

В результате проведенного анализа можно сделать вывод о том, что бюджет Российской Федерации в целом обладает стабильностью, однако требует соблюдения баланса между доходами и расходами для избежания дефицита и обеспечения устойчивого развития экономики государства.

30 сентября 2024 года Правительство РФ внесло на рассмотрение Госдумы законопроект о федеральном бюджете на 2025 год и на плановый период 2026 и 2027 годов.

«На протяжении второго года подряд основная статья бюджета будет состоять из расходов на оборону, которые в этом году впервые превысили затраты на социальную политику. В 2025 году ожидается снижение социальных расходов и увеличение оборонных» [5].

Структура бюджета свидетельствует о том, что Правительство кардинально пересмотрело свои ожидания относительно будущего. Если год назад в трехлетнем плане власти рассматривали постепенное сокращение военных затрат, то сейчас они предстают на рекордном уровне как минимум до 2027 года.

В 2025 году Правительство планирует выделить 41,5 трлн рублей, что на 4,3 трлн больше, чем предусмотрено действующим федеральным законом на 2024 год. Однако, похоже, Министерство финансов РФ намерено внести изменения и в этот план. Прогнозируемые расходы на 2024 год в новом проекте бюджета превышают ранее утвержденную сумму на 2,2 трлн рублей.

Такая изменчивость в планах стала обычным явлением для финансового планирования в стране. Годом ранее власти прогнозировали, что в 2025 году расходы составят 33,5 трлн рублей, но сейчас в Государственную Думу поступил бюджет, который почти на 25% больше. Социальные нужды занимают около 15% бюджета, в то время как на оборону отводится почти 33% (рис. 2) [6].



Рисунок 2 – Предварительные затраты бюджета РФ на 2025 год, трлн. руб.

Национальная безопасность является не только крупнейшей статьёй бюджета, но также является самым быстрорастущим показателем. В предкризисном 2021 году оборонные расходы составили 3,6 трлн рублей, что почти в четыре раза меньше, чем запланировано к 2025 году. К 2024 году расходы увеличатся на четверть и достигнут 13,5 трлн рублей.

Этот раздел также является самым закрытым: 85% оборонного бюджета засекречено. Одной из крупнейших статей в общедоступной части являются расходы на персонал, на которые предлагается выделить 1,3 трлн рублей. Для штата Вооруженных Сил РФ в 1,5 миллиона человек это не кажется огромной суммой.

В целом, расходы государственного бюджета на национальную оборону с 2016 - 2027 гг. росли, но с 2025 по 2027 год наблюдается резкое увеличение расходов.

В 2016 году расходы на оборону составляли 3 775,3 млрд. рублей. С 2017 по 2019 год расходы постепенно снижались, но затем начали расти снова.

Самый резкий скачок в расходах произошел с 2024 по 2025 год, когда расходы увеличились с 3 812,9 млрд. рублей до 13 490 млрд. рублей. Это связано не только с увеличением угроз стран Запада на нашу страну, но и с важными геополитическими событиями.

Социальная политика представляет собой один из ключевых аспектов государственных расходов, однако в ближайшие годы ожидается значительное сокращение финансирования. Если в 2024 году на эти цели было запланировано 7,7 трлн рублей, то в 2025 году эта сумма сократится до 6,5 трлн рублей.

Министерство финансов РФ не предоставляет разъяснений по поводу сокращения социального бюджета. Вероятно, это связано с уменьшением числа пенсионеров на фоне повышения пенсионного возраста. В 2025 году к возрасту выхода на пенсию добавляется еще один рабочий год для российских предпенсионеров, что означает, что многие из тех, кто ранее мог рассчитывать на пенсию по старости, не смогут выйти на нее, за исключением определенных категорий «досрочников».

Согласно проекту бюджета, расходы на развитие российской экономики в 2025 году составят 4,4 трлн рублей, что лишь незначительно превышает запланированные траты на 2024 год.

Наибольшую долю в экономическом блоке занимают субсидии для бизнеса – 1,3 трлн рублей, из которых 266 млрд рублей предназначены для поддержки государственных корпораций. В условиях повышения ключевой ставки такие меры становятся более затратными. Власти даже обсуждали возможность полной отмены льготного кредитования для малого и среднего бизнеса, но пока к этому не прибегли.

Правительство Российской Федерации уделяет особое внимание демографическим вызовам в рамках нового трехлетнего бюджета. Расходы, связанные с этой проблемой, включены в категорию новых национальных проектов. Среди них особенно выделяется проект "Семья", которому будет выделено 2832,9 млрд рублей. Основные средства будут направлены на борьбу с бедностью среди семей, особенно многодетных, уровень бедности которых достигает около 30% [7].

Федеральный бюджет играет важнейшую роль в поддержке государственных нужд и реализации социально-культурных инициатив. Власти обязаны выделять ежегодно значительные средства из национального дохода.

Однако следует отметить, что сегодня бюджет России столкнулся с рядом проблем, в том числе:

- уничтожение источников бюджета РФ;
- неэффективность и, порой, непродуманность планирования, прогнозирования и распределения расходов;
- постоянный дефицит в бюджете за последние годы;
- снижение доходов от международных операций, ограничивающее возможности финансировать дефицит;
- прекращение резервного фонда, а также снижение средств национального бюджета, ухудшение разнообразия финансирования дефицитов;
- ограничение российских финансов на международном кредитном рынке из-за санкций западных государств, которые влияют на внешнее заимствование;
- инфляция. Рост цен отрицательно сказывается на экономической активности и финансировании бюджета в связи с обесценением рубля;
- изменения курсов рубля, что также снижает эффективность бюджетного использования;
- экономическая неблагоприятная обстановка, снижение административных активностей, вызванных санкциями, а также снижением цен на электроэнергию;
- растущие затраты на социальное обеспечение, что влечет за собой увеличение расходов на заработную плату и дефицит Пенсионного Фонда, но не стимулирует общий экономический рост.

Чтобы успешно решить насущные вопросы, связанные с разработкой и выполнением бюджета РФ, важно учесть несколько чрезвычайно важных моментов. Прежде всего, нужно уделять внимание улучшению эффективности госрасходов, учитывая влияние их на экономический рынок и обеспечивать их своевременное и полноценное выполнение. Не менее важным является разработка механизмов, которые побудили бы экономическим агентам выполнять свою налоговую обязанность перед бюджетами.

Одним из важнейших факторов современного изменения в бюджетной сфере является применение цифровой техники. Хотя они очевидны, они имеют различные сложности, например, ошибки при расчете налога и повышение налоговой базы. Важно разрабатывать стратегии для снижения этих сложностей и увеличения открытости бюджетного процесса. Данные аспекты помогают сократить доходы и повысить теневой экономический рост.

Список литературы

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации (БК РФ) от 31.07.1998 N 145-ФЗ (последняя редакция) 608 с. С. 104-110.
2. Доходы федерального бюджета РФ Режим доступа: обращения 16.10.2024).
3. Ненфтегазовые доходы консолидированного бюджета РФ Режим доступа: HYPERLINK "https://minfin.gov.ru/ru/press-center/?id_4=38911-п
4. Федеральный бюджет 2024–2026: основные цифры [Электронный ресурс]: веб-сайт/ Электрон. текстовые данные. – Москва. Режим доступа: <http://duma.gov.ru/news/58339/> (дата обращения 16.10.2024).
5. Федеральный бюджет РФ 2025 года: доходы, расходы, дефицит [Электронный ресурс]: веб-сайт/ Электрон. текстовые данные. – Москва. Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/news/budget-project-2025/> (дата обращения 16.10.2024).
6. №727320-8 Законопроект: Режим доступа: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/727320-8> (дата обращения

е
7
.
УДК 336.717

Н а ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В УСЛОВИЯХ ц НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ И РИСКА

р
о
е
к
Чепелева С.А., бакалавр 2-го курса
Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В рамках этой статьи анализируются основные проблемы и перспективы развития коммерческих банков в условиях неопределенности и риска, характерных для современного финансового мира. Анализируются основные вызовы, с которыми сталкиваются банки, такие как изменения, в законодательстве, колебания экономических условий и технологические новшества, оказывающие значительное влияние на банковскую деятельность. Особое внимание уделяется стратегиям управления рисками и адаптации к неопределённым условиям, включая внедрение цифровых технологий и инновационных финансовых продуктов. В результате работы выявляются перспективные направления для устойчивого развития банковского сектора, а также рекомендации для повешения его конкурентоспособности на фоне глобальных вызовов.

Ключевые слова: коммерческие банки, инновационные технологии, неопределенность, риски, стратегии, цифровые технологии.

4 R PROBLEMS AND PROSPECTS OF COMMERCIAL BANKS DEVELOPMENT IN CONDITIONS OF е UNCERTAINTY AND RISK

ж
и
м
Chepeleva S.A. bachelor's of the 2nd year
Supervisor: O.I. Kostina, Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. This article analyzes the main problems and prospects of commercial banks in the conditions of uncertainty and risk, characteristic of the modern financial world. It analyzes the main challenges faced by banks, such as changes, in legislation, fluctuations in economic conditions and technological innovations that have a significant impact on banking activities. Special attention is paid to risk management strategies and adaptation to uncertain conditions, including the introduction of digital technologies and innovative financial products. The paper identifies promising directions for sustainable development of the banking sector, as well as recommendations for increasing its competitiveness against the background of global challenges.

Keywords: commercial banks, innovative technologies, uncertainty, risks, strategies, digital technologies.

Н
У
Р
Е
R
L

Коммерческие банки играют ключевую роль в современной финансовой системе и непосредственно отвечают на потребности Воспроизводство. Они занимают центральное место в экономической активности, поддерживая интересы производителей и создавая связи между промышленностью, торговлей, сельским хозяйством и населением через денежные потоки.

Эти учреждения представляют финансовые услуги как компаниям и организациям, так и частным клиентам. Коммерческие банки являются основным элементов банковского сектора и действуют как независимые экономические субъекты вне зависимости от их формы с собственности. Их взаимодействие с клиентами основано на коммерческих принципах, и основная цель их работы заключается в максимизации прибыли.

Коммерческие банки функционируют на основании лицензии, выданных центральными банками. В условиях нынешней глобальной неопределенности российские коммерческие банки, как и вся экономика страны, сталкиваются с вызовами, которые трудно было предсказать. Адаптация к новой структурной экономике представляет собой сложную задачу, требующую нового подхода в банковском регулировании [1].



Рисунок 1. Рейтинг крупнейших банков в России за сентябрь 2024 года

Современные рыночные отношения в России переживают экономический кризис, вызванный несколькими основными факторами: международными санкциями, ограничивающими импорт ряда товаров, падением цен на нефть и инфляционными процессами. Текущая позиция России в глобальной экономике не отражает ее природные, научно - технические и интеллектуальные возможности. Кризисные явления в экономике оказывают значительное влияние на банковскую систему, создавая разнообразные риски: ликвидные, валютные, фондовые, процентные, кредитные и другие. Это подчеркивает актуальность изучения проблем, связанных с развитием банковского сектора и возможными путями решения в условиях нестабильности и неопределённости [7].

В настоящее время коммерческие банки сталкиваются с разнообразными вызовами. Некоторые

из них вызваны кризисной ситуацией, другие - изменениями в конкурентной среде. Принятые изменения в Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» оказали серьезное дестабилизирующее воздействие на всю банковскую систему, особенно на региональные банки. Повышение требований к минимальному размеру собственного капитала для действующих кредитных организаций, по мнению российских властей, следует усилить устойчивость банковского сектора и улучшить его конкурентное преимущество [2].

Ещё одной серьезной проблемой является ухудшение качества кредитных активов, известное как проблема «плохих активов». К ним относятся невозвратные активы, которые принесли убытки кредиторам. Международной практики «плохими активами» считаются такие,

которые утратили свою стоимость и не подлежат продаже. Сюда можно отнести, завышенные по стоимости банковские активы, а также просроченные платежи по кредитам и процентам по ним.

Многие эксперты утверждают, что в России кризиса «плохих активов» не наблюдается, однако с каждым месяцем количество таких активов и темпы их роста увеличиваются.

Для того чтобы противостоять увеличению доли «плохих активов», финансовым учреждениям необходимо развивать способность оперативно анализировать и оценивать свои кредитные портфели на предмет выявления потенциальных проблем и рисков. Это позволит банкам заблаговременно инициировать совместный поиск решения с клиентами. Значительную роль в этом процессе играет эффективная коммуникация между клиентами и банками. Заемщики должны осознавать существующие проблемы и их возможные исходы, а также предварительно обеспечивать банкам данные о своих проблемах, содержавшие количественные показатели, реалии и ожидания. Необходимо, чтобы пользователи банковских услуг приготовились порекомендовать добавочные гарантии или факторы, способствующие упрощению взаимодействия [4].

Однако Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» в части защиты банковской тайны часто ограничивает возможности кредитных организаций в обмене информацией о клиентах. В результате банки подвергаются обвинениям в кредитном рейдерстве, вымогательствах и подрыве значимых социально-экономических предприятий. Одним из способов защиты должников является указание на нарушение со стороны кредиторов, когда те передают информацию о задолженности коллекторам. Для таких случаев характерны законодательные противоречия, при которых банк может столкнуться с уголовной, административной и гражданской ответственностью за разглашение данных. Удивительно, но к разглашению банковской тайны относятся не только передачи сведений коллекторам или близким должника, но также и их обнародование в судебных инстанциях.

Третьей серьезной проблемой для коммерческих банков является финансовая нестабильность в условиях кризисных ситуаций. Неожиданный кризис породил парадокс: заемщики, обладая хорошими отчетами и документацией, на основании которых банки предоставляли кредиты, фактически оказались на грани банкротства. В таких условиях многие кредитные учреждения фактически прекратили кредитование реального сектора, что позволило снизить риски, но также привело к уменьшению объемов бизнеса и снижению доходов. Банки, которые прежде всего занимались кредитованием реальной экономики, оказались перед выбором: либо минимизировать риски и сворачивать свою деятельность, либо принять на себя повышенные риски и продолжать традиционное кредитование [6].



Рисунок 2. Динамика изменений числа банков России в единицах

Способы снижения рисков и решения проблем:

1. Диверсификация кредитного портфеля.

Одним из эффективных методов снижения кредитного риска является диверсификация кредитного портфеля, что уменьшает зависимость от отдельных клиентов и экономических секторов. Финансовые учреждения могут следовать принципу «не складывать все в одну корзину», распределяя свои активы по различным отраслям и регионам;

2. Увеличение капитала.

Повышение капитала банка может выступать в качестве защитного механизма для покрытия убытков в условиях экономической нестабильности;

3. Система управления рисками.

Создание и внедрение эффективной системы управления рисками позволит банкам своевременно обнаруживать, оценивать и контролировать риски на всех уровнях. Применение современных аналитических инструментов и технологий может улучшить точность прогноза рисков [3];

4. Улучшение корпоративного управления.

Корпоративное управление играет ключевую роль в обеспечении стабильности банковской деятельности. Высокий уровень прозрачности, ответственности и эффективное взаимодействие с заинтересованными сторонами могут увеличить доверие к финансовой организации и способствовать снижению операционных и кредитных рисков.

Перспективы роста коммерческих банков:

1. Цифровая трансформация и инновационные технологии.

Цифровая трансформация является ключевым направлением, позволяющим коммерческим банкам развиваться в будущем. Быстрая адаптация к изменяющимся технологическим условиям и внедрение новаторских решений не только улучшает клиентский сервис, но и способствуют сокращению операционных расходов. Это, в свою очередь, позволит банкам повысить свою конкурентоспособность на рынке;

2. Гибкость к новым регуляторным требованиям.

Хотя изменения в регулировании могут представлять собой сложную задачу, успешная адаптация к новым стандартам может предоставить банкам значительные преимущества. Финансовые учреждения, которые способны оперативно и эффективно интегрировать новые нормы, могут улучшить свою репутацию и укрепить доверие со стороны клиентов и инвесторов;

3. Устойчивое развитие и социальная ответственность.

В последние годы нарастает интерес к вопросам устойчивого развития и социальной ответственности. Коммерческие банки, активно способствующие этим инициативам, могут привлечь больше клиентов, ценящих этические и экологически устойчивые подходы к финансам. Это может включать финансирование проектов в области возобновляемых источников энергии и инвестиций в социально значимые программы;

4. Оптимизация процесса управления рисками

Современные технологии предлагают коммерческим банкам возможности для повышения эффективности управления рисками. Использование аналитики больших данных и искусственного интеллекта способствует более детальной оценке кредитных рисков и улучшению качества принимаемых решений [5].

Сегодня коммерческие банки сталкиваются с рядом серьезных вызовов, обусловленных высокой степенью неопределенности и рисков. Вместе с тем, они располагают широкими перспективами для инновационного прогресса. Ключевым фактором успеха в этих условиях станет способность банков быстро адаптироваться и внедрять современные технологии, а также принимать стратегические решения, ориентированные на снижение рисков и оптимизацию процессов. В конечном итоге, те банки, которые успешно реагирует на изменения на рынке и предлагает клиентам удобные и новые решения, станут обладателями значительного потенциала для роста и устойчивости в будущем.

Библиографический список

1. Активы коммерческого банка: сущность и система управления / Дикарева И.А., Аджиева А.Ю., Буянова А.С. // Экономика, управление, финансы: теория и практика. 2019. С. 102-107.
2. Горчакова М.Е., Балдандоржиева А.В. Методики оценки конкурентоспособности коммерческого банка. Аллея науки. 2022. Т. 1. № 3 (66). С. 102-108.

3. Кузина, А. В. Организация работы коммерческого банка с крупными корпоративными клиентами / А. В. Кузина // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2022. № 5. С. 278-281.
4. Рабаданова Д.А. Оценка кредитного риска коммерческого банка и пути его минимизации / Д.А. Рабаданова, М.И. Магомедсаламов, Р.З. Касимов // Журнал Прикладных исследований. 2022. № 2-1. С. 50-55.
5. Рабаданова Д.А. Проблемы, препятствующие развитию банковского кредитования физических лиц в условиях экономической нестабильности / Д.А. Рабаданова // Индустриальная экономика. 2021. № 5-10. С. 933-939.
6. Травкина Е.В. Современные тренды в оценке и управлении кредитным риском в деятельности российских коммерческих банков // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2019. № 6. С. 117-124.
7. Шекшуева С.В. Стресс-тестирование современных коммерческих банков России / С.В. Шекшуева // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. 2022. № 4 (72). С. 27-32.

Секция 2. Роль маркетинговых технологий в современной экономике

УДК 339.138

НЕЙРОМАРКЕТИНГ: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОГНИТИВНЫХ НАУК ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ.

*Алёшина Д.С. бакалавр 4-го курса
Доброходова Е.А. бакалавр 4-го курса
Научный руководитель: Сидорова Т. А., к.э.н.
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация: В данной статье рассмотрена роль нейромаркетинга в целях повышения эффективности рекламных кампаний. Уделено внимание особенностям нейромаркетинга как науки. Кроме того, рассмотрен перечень основных технологий, применяемых в нейромаркетинге, а также ключевые инструменты воздействия на потребителей. Особое внимание уделено преимуществам нейромаркетинга и сферам его применения. В заключении статьи отражены основные недостатки нейромаркетинга и сделан вывод о его значимости в современных условиях развития маркетинга.

Ключевые слова: нейромаркетинг, маркетинг, технологии, инструменты воздействия, потребители.

NEUROMARKETING: USING COGNITIVE SCIENCES TO IMPROVE THE EFFECTIVENESS OF ADVERTISING CAMPAIGNS.

*Aleshina D.S. 4th year bachelor
Dobrokhodova E.A. 4th year bachelor
Scientific supervisor: Sidorova T. A., Ph.D.
Kaluga branch of the Financial University, Kaluga*

Abstract: This article examines the role of neuromarketing in improving the effectiveness of advertising campaigns. Attention is paid to the features of neuromarketing as a science. In addition, a list of the main technologies used in neuromarketing, as well as key tools for influencing consumers, is considered. Particular attention is paid to the advantages of neuromarketing and the areas of its application. The article concludes by reflecting the main disadvantages of neuromarketing and concluding on its importance in the modern conditions of marketing development.

Keywords: neuromarketing, marketing, technologies, tools of influence, consumers.

Современный мир маркетинга - это поле битвы за внимание потребителей. Количество информации, с которой сталкивается человек ежедневно, огромно. Потребитель оказывается окружен рекламой со всех сторон: телевизионные ролики, баннеры в интернете, посты в социальных сетях, билборды на улицах. В связи с этим маркетологам приходится изо всех сил стараться, чтобы именно их сообщение не затерялось в потоке контента и привлекло внимание большинства потребителей. В условиях перенасыщенного информационного пространства традиционные методы маркетинга становятся все менее эффективными. Именно поэтому на сегодняшний день проблема поиска новых инструментов для повышения эффективности

рекламных кампаний является наиболее актуальной. Можно перечислить следующие причины необходимости поиска новых инструментов:

1. Снижение эффективности традиционных инструментов: Рекламные баннеры и ролики все чаще игнорируются потребителями, которые используют блокировщики рекламы и прокручивают ленту социальных сетей, не замечая рекламных сообщений.

2. Изменение потребительского поведения: Потребители становятся более информированными и критичными. Они хотят видеть рекламу, которая интересует именно их, а не массовый продукт, рассчитанный на всех подряд.

3. Рост конкуренции: Количество конкурентов в каждой отрасли постоянно растет. Чтобы выделиться и привлечь внимание потребителей, маркетологи должны использовать более эффективные инструменты [3, с. 21-24].

Сегодня в маркетинге широко применяются новые технологии, основанные на манипуляциях поведением потребителей. Для этого активно изучают особенности человеческого мозга и его подсознание. Именно отсюда берет свое начало новое направление нейромаркетинга.

Нейромаркетинг – это наука, которая изучает нейронные и физиологические сигналы мозга в целях объяснения бессознательного поведения потребителей. Нейромаркетинг основывается на междисциплинарном подходе и объединяет в себе нейробиологию, психологию и маркетинг. Сам термин предложил профессор Эйл Смитс в 2002 году и объяснил, что главной задачей нейромаркетинга является лучшее понимание потребителя и его реакции на маркетинговые раздражители путем прямого измерения процессов в мозгу.

Комплекс методов нейромаркетинга позволяет изучить реакции мозга на различные стимулы, включая рекламные материалы, и разработать на основе полученных данных более эффективные стратегии продвижения товаров и услуг. Объектом изучения нейромаркетинга выступают следующие реакции потребительского поведения: движение зрачков, интенсивность потоотделения, изменение динамики пульса, токи мозга и много другое. Изучение таких сложных психофизиологических процессов требует применения сложных нетипичных для маркетинга технологий. Рассмотрим некоторые из них на рисунке 1:



Рисунок 1. Технологии нейромаркетинга [4].

Нейромаркетинг основан на идее, что решения о покупке нередко принимаются бессознательно, а именно под влиянием всех пяти органов чувств: зрения, слуха, осязания, вкуса и обоняния. Маркетологи изучают эти реакции и разрабатывают специальные методы, которые учитывают особенности восприятия каждого из органов чувств, чтобы сделать рекламу более эффективной и привлекательной для потребителей. Поэтому в нейромаркетинге применяют особые инструменты, с помощью которых маркетологи могут воздействовать на основные каналы восприятия потребителей (рис.2).

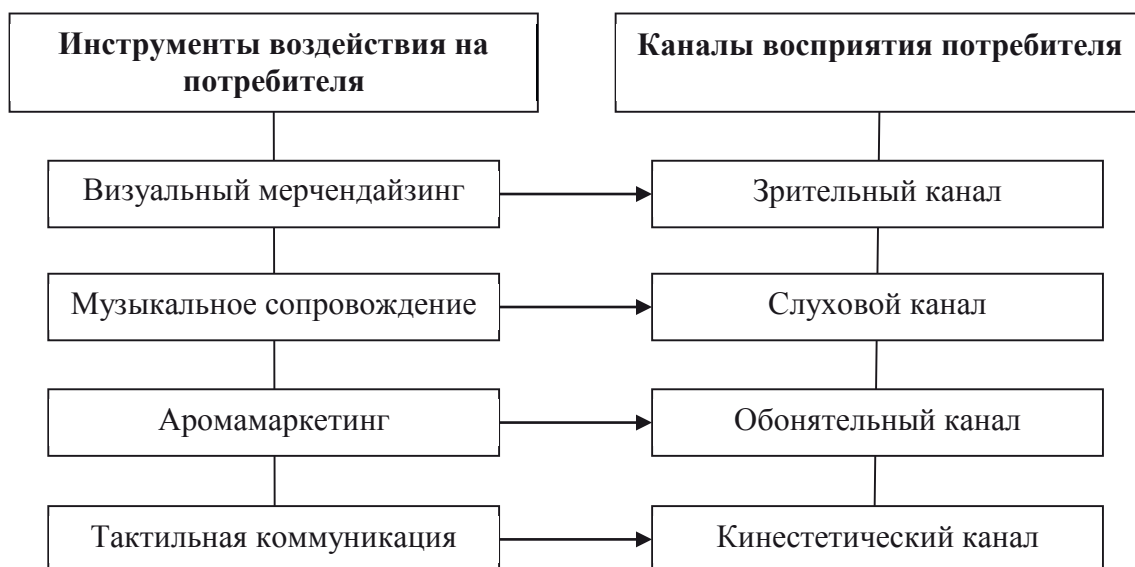


Рисунок 2. Инструменты воздействия на основные каналы восприятия потребителей

Так, визуальный мерчендайзинг включает в себя комплекс мероприятий по представлению товаров в торговом зале так, чтобы привлечь внимание потребителей, заинтересовать их и поощрить к покупке. Это не просто размещение товаров на полке, а создание целостной атмосферы, располагающей к совершению покупок. Также к данному инструменту воздействия можно отнести внешний вид товара, упаковки и цвета, которые используются в дизайне товаров. Есть исследования, которые показывают, что, например, красный цвет вызывает учащение пульса, синий снижает давление, а зелёный ассоциируется со здоровьем. Поэтому бренды тщательно продумывают логотипы и упаковку. Идеально, когда вся компания ассоциируется с конкретными красками. Так, Coca-Cola практически владеет красным цветом, который сразу же узнаётся. А у ювелирной компании Tiffany & Co. даже есть свой личный цвет, который так и называется — «Тиффани». Он стал синонимом утончённости и роскоши.

Помимо зрительного канала восприятия, большая часть стратегий продвижения товаров и услуг, разрабатываемых маркетологами, ориентирована на слух потребителей. Именно поэтому важным инструментом нейромаркетинга является музыкальное сопровождение. Примером использования данного инструмента выступает музыкальное сопровождение торговых залов. Так, исследование, проведенное в Оксфордском университете в 2005 году, показало, что спокойная, расслабляющая музыка способствует более длительному пребыванию покупателей в магазине, что, в свою очередь, приводит к увеличению продаж на 38%. Динамичные музыкальные композиции применяются в заведениях быстрого питания, чтобы наоборот ускорить поток посетителей и тем самым оптимизировать смену клиентов.

Влиять на поведение потребителей можно не только через зрение и слух, но и через обоняние. Поэтому аромамаркетинг на сегодняшний день является мощным инструментом нейромаркетинга. Так, например, компания Apple занималась разработкой аромата свежесоткрытой коробки MacBook. Еще одним примером использования аромамаркетинга является сеть кафе-пекарен Cinnabon, которая успешно использует ароматы свежей выпечки с корицей, которые распространяются вокруг их магазинов, привлекая покупателей и заставляя их зайти внутрь и попробовать их продукцию. Еще одним интересным примером применения технологий аромамаркетинга в практике является испанский производитель одежды Massimo Dutti, который в целях привлечения клиентов использует отдушку с едва уловимым ароматом натуральной кожи, что придает товарам премиальный вид.

И наконец тактильная коммуникация, которую часто недооценивают в маркетинге, но именно она может оказать сильное влияние на восприятие продукта и принятие решения о покупке. К примерам использования данного инструмента можно отнести пробники и возможность дегустации, качественную упаковку и другие тактильные элементы, одежду из натуральных тканей и косметические средства с приятной текстурой [5].

Сегодня нейромаркетинг активно развивается, и его результаты все чаще применяются в самых разных сферах, позволяя эффективно привлекать внимание потребителей и влиять на их выбор. Можно выделить следующие сферы применения:

1. Разработка дизайна. В дизайне продукта и рекламных материалов активно используется сенсорный маркетинг. Цель – создать визуально привлекательную концепцию, воздействующую на потребителя сразу на нескольких уровнях восприятия. Особое внимание уделяется выбору цветовой гаммы, шрифтов, фактуры, изображений и формы.

2. Реклама. Нейромаркетинг активно используется для создания запоминающейся рекламы. "Вирусные" ролики, узнаваемая символика и яркие кампании вызывают устойчивый интерес к продукту и бренду. Это одно из самых перспективных направлений в сфере нейромаркетинга.

3. Кино. Для прогнозирования кассовых сборов используют трейлеры, которые показывают фокус-группе. С помощью специального оборудования отслеживают реакцию зрителей: пульс, движения глаз, эмоции. Современные технологии позволяют зафиксировать даже микродвижения глаз и мозговую активность во время просмотра. В арсенале нейромаркетологов – ай-трекеры, VR-очки, пульта для измерения скорости реакции.

4. Ценообразование. Красные и желтые ценники, слова «акция», «скидка» и «распродажа» – это классические приемы нейромаркетинга, которые воздействуют на базовые потребности потребителей и стимулируют желание совершить покупку.

Стоит отметить, что самое широкое распространение нейромаркетинга на данный момент существует среди брендов – гигантов, как Coca Cola, Pepsi, Starbucks, McDonald's, Nike. Компания Coca Cola даже создала свою нейромаркетинговую лабораторию и проводит собственные исследования.

В качестве примера, показывающего особую эффективность нейромаркетинга можно привести улучшение продаж компании «Mercedes-Benz», которая привлекла к созданию рекламной подачи специалистов из сферы нейромаркетинга. После рекламной компании был сделан подсчет показателей: продажи концерна выросли на 15% за один квартал [1, 312-314 с.].

Направление нейромаркетинга относительно новое и во многом спорное, но, тем не менее, большинство экспертов уже выделяет заметные преимущества нейромаркетинга перед классическим и привычным многим маркетингом. К таким преимуществам можно отнести:

1. Понимание глубинных реакций. Нейромаркетинг позволяет понять, как мозг реагирует на рекламу на бессознательном уровне, что не всегда доступно через традиционные методы исследований.

2. Улучшение креативности: Полученная информация о мозговой активности помогает маркетологам разрабатывать более эффективные креативные концепции, которые резонируют с целевой аудиторией на эмоциональном уровне.

3. Оптимизация рекламных материалов: Нейромаркетинг позволяет оптимизировать рекламные материалы, например, изображения, текст и звуковые эффекты, чтобы максимально привлечь внимание и вызвать положительные эмоции.

4. Повышение эффективности инвестиций: Нейромаркетинговые исследования помогают маркетологам сосредоточиться на наиболее эффективных каналах и форматах рекламы, что позволяет оптимизировать затраты и повысить рентабельность инвестиций.

Несмотря на довольно весомые преимущества нейромаркетинга, мнения специалистов неоднозначны. Многие утверждают, что исследования, применяемые в нейромаркетинге, могут нарушать этические границы. Так, например, в результате сбора личной информации при изучении поведения потребителей может быть нарушена их конфиденциальность. Еще одним этическим нарушением является использование скрытых манипуляций в целях достижения неконтролируемых потребностей и желаний потребителя, что в свою очередь может привести к повышению уровня импульсивных покупок или увеличению социального неравенства. Есть и другие недостатки нейромаркетинга, к которым можно отнести практические ограничения. Нейромаркетинговые исследования требуют специального оборудования, квалифицированных

специалистов и значительных финансовых вложений, а также высокой квалификации и большого опыта. Именно поэтому такие исследования зачастую являются дорогостоящими, а для многих компаний и вовсе недоступными. И, наконец, некоторые специалисты считают, что нейромаркетинг еще недостаточно развит, чтобы давать достоверные предсказания о поведении потребителей. В целом, нейромаркетинг является относительно новой областью и, как любая другая категория, не лишен недостатков [2, с. 281-289]. Поэтому важно подходить к его использованию с осторожностью и ответственностью, учитывая все вышеперечисленные факторы.

Возвращаясь к главной теме статьи, следует сказать, что поиск новых инструментов для повышения эффективности рекламных кампаний является неотъемлемой частью современного маркетинга. Технологии постоянно развиваются, и маркетологи должны быть в курсе новых тенденций, чтобы оставаться конкурентоспособными и достигать своих целей. Нейромаркетинг – это мощный инструмент, который позволяет маркетологам лучше понять, как мозг реагирует на рекламные материалы, и использовать эту информацию для создания более эффективных и привлекательных рекламных кампаний. Однако и он не является волшебной палочкой, которая гарантирует успех всех рекламных стратегий. Важно использовать его в комплексе с другими методами маркетинга, а также учитывать этические аспекты использования технологий нейромаркетинга.

Библиографический список

1. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2024. 474 с.
2. Поведенческая экономика в условиях цифровизации экономики : учебник / Е.Ю. Сидорова, Ю.Ю. Костюхин, Г.В. Тимохова [и др.] ; под ред. Е. Ю. Сидоровой. Москва : КноРус, 2023. 197 с.
3. Современный маркетинг : учебник / Т. В. Симонян, С. Н. Цветкова, М. Г. Магомедов [и др.] ; под ред. Т. В. Симонян, Ю. В. Сорокиной. Москва : КноРус, 2024. 318 с.
4. Башкина Н.А., Клым-еремина Н.В., Шишакова Ю.В. Ключевые аспекты применения нейромаркетинга // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право». 2024. №2.
5. Шутенко Е.Д. Нейромаркетинг как метод привлечения потребителя // Скиф. 2022. №12 (76).

УДК 658:332. 1

ЭВОЛЮЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЫ

*Баев М.С., магистрант первого года обучения
Научный руководитель: Губанова Е.В., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В данной работе произведён анализ происхождения, развития и вклада маркетинга и маркетинговых технологий в становление современной экономики.

Ключевые слова: Маркетинг, маркетинговые технологии, история развития, экономика.

THE EVOLUTION OF MARKETING TECHNOLOGIES AND THEIR IMPACT ON THE FORMATION OF THE MODERN ECONOMIC PARADIGM

*Baev M.S. master student first year of education
Supervisor: E.V. Gubanova, Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. This paper analyzes the origin, development and contribution of marketing and marketing technologies to the formation of the modern economy.

Keywords: Marketing, marketing technologies, development history, economics.

Для проведения анализа вклада маркетинговых технологий в современную экономику, необходимо обратиться к истории и происхождению термина маркетинг. Само существительное маркетинг англ.(marketing) было замечено примерно в 1560 году, слово символизирующие рыночную купле-продажу. Важно отметить, что это слово не являлось современным понятием маркетинга. В 1701 году слово marketing было переквалифицировано и стало содержать в себе значение «Производство и продажа на рынке».

В соответствии с одной из теорий слово маркетинг обрело значение в современном его понимании в 1897 году. Именно в этом году данное слово было применено в научной работе со значением «деятельность кампании для реализации товаров». Первым определением принято считать: «Маркетинг – это процесс перемещения товаров от производителя к потребителю с акцентом на рекламу и продажи». В соответствии с другим источником есть утверждение что концептуально маркетинг появился в 1887 году и сформировался как ответная реакция на возрастающие запросы сбытовых предприятий обретающие актуальность в связи с началом перепроизводства. Как известно из истории, зарождение маркетинга как бытового явления возникло даже раньше, чем в 19 веке.

Далее стоит указать определение маркетинговых технологий. Маркетинговые технологии – это совокупность действий и идей, посредством которых компания идёт к выполнению своих экономических целей. Совокупность действий, которая помогает компании улучшать своё экономическое положение, осуществлять различного рода анализы бизнес среды, а также воплощать в жизнь свою маркетинговую стратегию и есть маркетинговые технологии. Исходя из некоторых исторических источников, фундаментальные технологии маркетинга уже применялись в 17 веке в Англии. Купцы Английской короны уже к тому моменту довольно умело пользовались определёнными методами продвижения и сбыта товара. Хорошо зарекомендовавшие себя методики активно вводились в английскую торговую практику и применялись в колониях, в число которых входила Северная Америка. Позже данный опыт развился в США после войны за независимость [4]. Однако Англия и США – это далеко не единственные места, в которых применялись маркетинговые технологии.

По некоторым историческим документам, стала известна история коммерческой деятельности семьи Мицуи которая смогла по-особому обустроить работу своего магазинчика в середине 17 века в Токио. Примечательно было то, что в данном магазинчике была очень высоко развита работа с клиентами. Это проявлялось тем, что в отличие от большинства организаций подобного рода, в данном магазинчике с большой внимательностью относились к потребностям клиентов и вели учёт товаров, которые пользовались большим спросом и исходя из этого пополняли запасы своего магазина. Однако это было не единственным применением технологий маркетинга в данном магазине, также покупатели в пределах определённого срока могли вернуть товары в магазин на безвозмездной основе, а к постоянным клиентам было особое отношение, и они пользовались преимуществом при обслуживании [2].

Важно отметить, что это только пара задокументированных примеров использования маркетинговых технологий в ведение коммерческой деятельности, однако с уверенностью можно сказать, что применение маркетинговых технологий встречалось и раньше.

Так, например, при археологических исследованиях были обнаружены папирусные свитки и даже выбитые на камнях тексты, которые содержали в себе информацию о таких маркетинговых технологиях, как реклама и ценовая политика.

Важно отметить, что основная часть развития маркетинга, в которой он стал системой производственно-сбытовой деятельности и ответом бизнеса на усиление рыночной конкуренции, приходится на период развитого капитализма.

В конце 19 в. Г. Эмери, Д. Уэлд и круг прочих учёных ссылались, на то, что сбыт является фактором, сдерживающим развития производства. Учёные искали решение, посредством которого через организацию сбыта и производства продукции можно будет избежать перенасыщение рынков. Что бы решить данную проблему С. Маккормик предложил такие маркетинговые технологии как: организация послепродажного сервиса, гибкое ценообразование и исследование рынка. Данные решения стали основными маркетинговыми технологиями применяемые и по настоящее время.

Уже в 1901 году в трёх немало известных американских университетах, расположенных в штатах Массачусетс, Чикаго и Мичиган начинают преподавать маркетинг. Основоположниками преподавания маркетинга как самостоятельной дисциплины стали Ватлер Р. и Креузи В. Е. со своими курсами «Методы маркетинга» и «Маркетинг товаров» соответственно.

Принято считать, что создания первой самостоятельной маркетинговой организации приходится на 1907 год. Исследования в области экономики и маркетинга, а также экономическая практика показала большинству крупных компаний перспективы и возможности применения маркетинга, что в свою очередь привело к тому, что солидная часть крупных компаний озаботилась созданием маркетинговых отделов и направила уже большую часть своих усилий нежеле раньше на изучение рынков. В то время маркетинг понимали как управление

сбытом через активную рекламную деятельность, маркетинг, маркетинговые технологии и торговля на момент рассматриваемого периода считались синонимами.

Немаловажная для изучения, развития и интеграции маркетинга в мировую экономику организация «Национальная ассоциация маркетинга и рекламы» была основана в 1925 году в Америке. Позднее данная организация стала прообразом небезызвестной организации «Американской ассоциации маркетинга» деятельность которой началась в 1972 году, которая в свою очередь продолжила активное изучение маркетинга и маркетинговых технологий. Прогресс развития подобного рода организаций в других уголках мира не заставил себя долго ждать. Спустя небольшой промежуток времени подобного рода маркетинговые организации начали появляться в Европе и Японии.

Великая депрессия, которая продлилась с 1930 по 1940 года также оставила ощутимый след на развитии маркетинга. Такая тяжёлая для экономики ситуация показала, необходимость не только в пересмотре отношения к производству и распределению денежных средств, а также заставила переосмыслить существовавшие на тот момент модели управления. Благодаря, обрётённому в стрессовой ситуации многочисленному экономическому опыту удалось установить соотношение сбыта со многими прочими бизнес-процессами и с тех пор маркетинг стал восприниматься как более широкое понятие. Именно в такие тяжёлые для экономики времена учёные смогли прийти к идее маркетингового комплекса.

Практика маркетинга основную часть своей массовости обрела после второй мировой войны. В 1950-е годы были основаны и ныне существующие основы теории маркетинга.

С 1960-х годов ключевую роль в развитии маркетинга получила школа Ф. Котлера. В данной школе были разработаны такие важные элементы как концепция жизненного цикла товара, концепция дифференциации и позиционирования товара. Реальный экономический эффект использования маркетинговых технологий, результативность идей маркетинга сделал его неотъемлемым инструментом бизнеса, который работает и сегодня.

Несмотря на то, что маркетинг в основном развивался и процветал, в Америке, Западной Европе и Японии, в СССР также были проведены попытки применения различных маркетинговых технологий.

Попытки применения маркетинга в СССР начались с конца 1960-х гг. СССР снова стал активно принимать участие в международных экономических связях в период оттепели (1953 г. – 1964 г.). Однако из-за отсутствия знаний основ маркетинга был выявлен ряд ошибок во внешней торговле, который в свою очередь снижал эффективность советского союза в международных экономических взаимодействиях.

Так как в СССР не было опыта и базы данных в области маркетинга и маркетинговых технологий, специалисты в данной области готовились вне территории СССР. Важно отметить, что подобного рода специалисты в основном обучались в сфере международного маркетинга. Позднее подготавливать маркетологов начали в известных и престижных учреждениях экономической специализации советского союза.

Тема маркетинга также просочилась и в советскую печать.

Советские экономисты к 1970-м годам, добились того, что в СССР даже не смотря на плановую экономику было возможно применение некоторых идей и технологий маркетинга. Таким образом посредством применения таких маркетинговых технологий как методы экономического моделирования и прогнозирование спроса в советском союзе корректировалось построение знаменитых советских пятилеток. Разработанные западными маркетологами технологии управления товародвижением и логистикой, также успешно применялись в советской экономической системе как инструмент для снижения дефицита потребительских товаров. Как показала практика в СССР не смотря на отсутствие реальной экономической конкуренции между организациями, положительное влияние оказывал соревновательный характер труда. Также своё развитие получила советская реклама.

Первой попыткой децентрализации советской экономики считаются реформы Косыгина. На предприятиях появился прообраз самофинансирования, а также появилась личная ответственность руководства за экономические результаты деятельности. Однако полноценное освоение маркетинга в те годы экономикой советского союза не представлялось возможным, в связи с тем, что: выпуск продукции предприятиями определялся не критериями прибыльности, а плановыми показателями, а производство товаров и услуг в свою очередь контролировалось государством, а не саморегулировалось в условиях относительно свободной рыночной системы.

Однако многое начало меняться начиная с 1990 годов, с этого момента рынок страны стал становиться всё более и более самостоятельным и независимым от государства что со временем привело к тому, что в нём начала выстраиваться рыночная инфраструктура в виде различного рода организаций в том числе направленных на внедрение и применение маркетинга и маркетинговых технологий.

Применение маркетинговых технологий стало естественным элементом работы отечественных организаций и предприятий после перехода страны на рыночные экономические отношения.

Также в 90-х годах появилась Всесоюзная ассоциация маркетинга, а в 1992 году была создана Российская ассоциация маркетинга. В университетах начали открываться направления обучения по маркетинговой деятельности.

Рыночные отношения стали стремительно развиваться благодаря крупным преобразованиям в нормативно-правовых основах экономической деятельности, которые были введены в начале 2000-х гг. и практически сразу же произвели ощутимый положительный эффект, во многих экономических сферах в стране. Однако период бурного экономического подъёма был прерван кризисом 2008-2009 годов. В данных условиях смогли приумножить и сохранить свою экономическую эффективность те организации, которые сумели грамотно применять маркетинговые технологии, тем самым нивелируя негативные эффекты от кризисных явлений.

Если говорить о маркетинговых технологиях в современной экономике, то в отличие от практики прошлого, в настоящий момент, маркетинг и его технологии сохранили многие свои черты, однако теперь в связи с информатизацией экономических процессов большую роль начали играть электронные средства связи и хранения данных, а так же интернет. И исходя из этого появился так называемый интернет маркетинг. Интернет-маркетинг (англ. Internet marketing) – это практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, затрагивающая основные элементы маркетинг-микса. Основная цель использования Интернет маркетинга заключается в получении максимального эффекта от реализации маркетинговых технологий в интернете. Интернет маркетинг в условиях современной информатизации необходим в построение успешного взаимодействия с потребителями [1].

Таким образом, можно сказать, что маркетинговые технологии – это неотъемлемый элемент маркетинга, который сыграл большую роль в становлении современной экономики и во многом определяет базис ведения экономических взаимоотношений, а большая часть существующих ещё с зарождения маркетинга маркетинговых технологий, продолжают активно использоваться в современной экономике.

Благодаря истории развития маркетинга и маркетинговых технологий можно наблюдать насколько это вездесущие и полезные инструменты в экономической деятельности, ведь даже в замкнутой экономической системе СССР им нашлось применение и благодаря им советский союз смог улучшить своё экономическое положение, не говоря уже о том, что именно маркетинг и маркетинговые инструменты являлись одними из основных двигателей экономического прогресса практически с начала своего существования.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что маркетинговые технологии сыграли большую роль в становлении современной экономики.

Библиографический список

1. Губанова Е. В. Повышение эффективности использования интернет-маркетинга в деятельности организации / Е. В. Губанова. Текст: непосредственный // Калужский экономический вестник. 2022. № 1. С. 50.
2. Захарова И.В., Маркетинг: учебное пособие / И. В. Захарова. Москва: КноРус, 2023. 9 с. URL: <https://book.ru/book/947117> (дата обращения: 03.11.2024).
3. Мищенко, Т. Л., Маркетинг: учебно-методическое пособие / Т. Л. Мищенко. Москва: Русайнс, 2024. 52 с. URL: <https://book.ru/book/953870> (дата обращения: 10.11.2024).
4. Симонян Т.В., Современный маркетинг : учебник / Т. В. Симонян, С. Н. Цветкова, М. Г. Магомедов [и др.] ; под ред. Т.В. Симонян, Ю.В. Сорокиной. Москва: КноРус, 2024. 20 с. URL: <https://book.ru/book/954138> (дата обращения: 04.11.2024).

ВИРУСНЫЙ МАРКЕТИНГ – ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Дмитрук А.А., бакалавр 2 курса

*Научный руководитель: Денисова Е.В., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В условиях жесткой конкуренции на рынке электронной коммерции, успешное развитие интернет-магазина напрямую зависит от грамотно выстроенной маркетинговой стратегии. Многие методы продвижения доступны сегодня, однако вирусный маркетинг выделяется своей эффективностью, позволяя добиться впечатляющего роста узнаваемости бренда, привлечения целевой аудитории и, как следствие, увеличения продаж. В данной статье рассматривается концепция вирусного маркетинга как одного из актуальных методов продвижения товаров и услуг. Кроме того, приводится анализ успешных примеров, которые продемонстрировали свою высокую эффективность и способствовали значительному расширению аудитории.

Ключевые слова: вирусный маркетинг, маркетинг, продвижение маркетинговой деятельности.

VIRAL MARKETING IS AN EFFECTIVE TOOL FOR PROMOTION IN MARKETING ACTIVITIES

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

*Supervisor: Denisova E.V., senior lecturer
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. In the face of fierce competition in the e-commerce market, the successful development of an online store directly depends on a well-designed marketing strategy. Many promotion methods are available today, but viral marketing stands out for its effectiveness, allowing for an impressive increase in brand awareness, attracting a target audience and, as a result, increasing sales. This article discusses the concept of viral marketing as one of the most relevant methods of the movement of goods and services. In addition, an analysis of successful examples is provided, which have demonstrated their high effectiveness and contributed to a significant expansion of the audience.

Keywords: viral marketing, marketing, promotion of marketing activities.

Термин «вирусный маркетинг» возник в конце 1990-х годов, когда интернет стал существенно влиять на бизнес. Этот вид маркетинга стал популярным методом привлечения клиентов, основываясь на идее, что информация о продукте или услуге распространяется быстро и незаметно, подобно вирусам. Это происходит благодаря тому, что пользователи сами делятся информацией, что создает эффект «сарафанного радио». В отличие от традиционного маркетинга, который требует больших финансовых вложений на рекламные компании, вирусный маркетинг использует силу социальных сетей и онлайн-платформ для распространения контента, что позволяет компаниям достигать широкой аудитории с минимальными затратами.

Вирусный маркетинг включает несколько эффективных стратегий для привлечения внимания потребителей. Одним из распространенных видов является обмен видеороликами и другими материалами. Именно видеореклама способна объединить в себе интересный сюжет, впечатляющие визуальные эффекты и проникновенное звуковое сопровождение, что обеспечивает многогранное воздействие на потенциальных клиентов. Следующий вид вирусного маркетинга – проведение конкурсов, которые предполагают награду за действия потребителей или другого рода интерактивы. Люди любят присоединяться к активности, повторять, бросать вызовы и делиться результатами. Также есть организация флешмобов. Самый известный вирусный флешмоб последних лет – Ice Bucket Challenge, направленный на сбор средств и привлечение внимания к заболеванию БАС. Челлендж стремительно стал популярным, к нему присоединились звезды, спортсмены и даже политики. Ключ к вирусности здесь – простой формат, возможность для зрителей и участников почувствовать свою причастность к благому делу. Самый последний вид вирусного маркетинга это создание шума до внедрения продукта на рынок. Суть – создание интригующих рекламных материалов, которые вызывают оживление и споры вокруг будущего нового открытия.

В области вирусного маркетинга существует множество методов. Разберем несколько из них.

Создание уникального и эмоционального контента. На этот моменте важно иметь творческие способности, так как именно креатив позволяет донести до аудитории основные преимущества, вызвать эмоциональную реакцию и создать желание узнать об организации больше. Следующее – использование социальных сетей и партнерский маркетинг – самая популярная стратегия у компаний, чья цель это увеличение аудитории и привлечение новых клиентов. Социальные сети — это платформа, на которой бренды взаимодействуют с аудиторией, узнают их предпочтения и продвигают свою продукцию. Также размещение вирусного контента, который быстро разлетается среди пользователей. Партнерский маркетинг, в свою очередь, позволяет брендам сотрудничать с влиятельными личностями, блогерами и другими компаниями для расширения своего охвата. Такое сотрудничество может включать совместные акции, специальные предложения или кросс-промоции. Партнеры получают дополнительный источник дохода, а бренды — доступ к новым целевым аудиториям.

Разберем самый яркий и успешный пример использования вирусной рекламы.

Как и было сказано выше, вирусный маркетинг включает множество ключевых аспектов. От вызова к действию до сторителлинга, то есть компания использует в своей рекламе увлекательные истории из жизни или комичные ситуации, связанные с их брендом. Все это предпринимает известная компания Burger King. И даже тот факт, что при выходе с российского рынка в 2022 году, она потеряла свыше 12 миллионов долларов, не исключает, что компания продолжила искать возможности для увеличения потока посетителей и расширения своей деятельности. Начнем с создания Burger King. В 1954 году два американских предпринимателя выкупили ресторан и стали активно размещать рекламу, через пару лет на телевидении вышел первый видеоролик и уже в 1959 году активно начинают открываться франшизы сначала в США, потом и по всему миру.

В 2003 году компания потерпела первые значительные «потери». Большинство заведений быстрого питания стали закрываться, огромная конкуренция с McDonald's и снижение продаж. И как следствие, снижение рыночной доли. Тогда генеральный директор Американской ассоциации маркетинга решил направить поток рекламы на повышение узнаваемости бренда, а не на привлечение новых клиентов. Был улучшен логотип компании и внешний вид франшиз, разработано новое меню. В 2005 году сеть запустила благотворительную акцию «Сделай по-своему», благодаря которой посетители готовили индивидуальные бургеры с добавлением любимых ингредиентов. Часть доходов с акции была направлена в благотворительный фонд. Клиенты с радостью принимали участие в данном проекте и звали своих друзей и родственников. Через пару лет Burger King повторил свой успешный опыт и запустил еще одну благотворительную акцию.

Также Burger King известен своим противостоянием с McDonald's. Практически на протяжении всего своего существования компания выпускала провокационные рекламные ролики, сравнивала свои продукты с конкурентами. Были случаи, когда Burger King буквально высмеивал McDonald's, запустив акцию, при которой покупатели могли заказать через приложение вппер за 1 цент, находясь при этом рядом с рестораном конкурента. Как итог, за 3 дня приложение Burger King скачали более миллиона раз и эту историю обсуждали в интернете еще долгое время.

Говоря о конкурсах и «акциях» компаний, можно привести не совсем удачный пример рекламы у Burger King. Во время Хэллоуина в 2017 году в некоторых магазинах сеть будет предлагать бесплатный вппер каждому, кто придет в костюме жуткого клоуна. Даже, если посетитель одет в костюм конкурента. В тот день магазины наполнились десятками устрашающими клоунами, что, с одной стороны, должно было поднять рейтинги, но большинству посетителей не понравилась затея компании, так как многие сочли акцию слишком провокационной и даже пугающей, что привело к негативным реакциям и обсуждениям в социальных сетях, а также к снижению общего уровня удовлетворенности клиентов. Как мы видим, если акция кажется веселой и креативной, она не всегда будет вызывать положительную реакцию. Запуская очередную акцию, компаниям важно оценивать риски и последствия, к которым она приведет.

Теперь перейдем к февралю 2020 года. В то время крайне популярно было здоровое питание, и чтобы сохранить продаваемость бургеров, компания сделала смелый шаг – запустила рекламу с заплесневелым бургером. Создатель рекламы понимал, что фастфуд это не совсем полезная еда, но нужно было сделать что-то «взрывающее» сознание людей. Этой рекламой он хотел тем самым донести, что в их продуктах нет искусственных консервантов и других лишних добавок. Так, бренд затронул сразу несколько важных проблем. Это проблема здорового и рационального питания и заботы о себе, и использование в приготовлении фастфуда вредных пищевых добавок.

Несмотря на то, что многие покупатели испытывали отвращение, видя данную рекламу, продажи у компании выросли на 14%.

Как мы видим, компания Burger King известна своим неординарным подходом к использованию вирусной рекламы. Ее маркетологи часто устраивают акции с использованием мемов, приглашенными известными личностями и игрой слов.

Итак, подводя итоги, можно констатировать следующее: грамотное использование в своей деятельности вирусной рекламы позволит увеличить продажи и сохранить длительный эффект обсуждаемости бренда.

Библиографический список

U

HYPERLINK

"https://spravochnick.ru/marketing/virusnyy_marketing/?ysclid=m2zzd81la1175004410" \I

U

HYPERLINK

"https://mygribs.com/tpost/b9rzj7ufn1-chto-takoe-virusnii-

h

HYPERLINK

"https://vc.ru/marketing/52841-vopper-za-odin-cent-akciya-ot-burger-king-za-

h

УДК 339.138

КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ

Жукова К.В., бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Денисова Е.В., старший преподаватель
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В данной статье рассмотрены подходы к определению понятия контент-маркетинг, а также история его возникновения и задачи. Были проанализированы стратегия контент-маркетинга, его формы и каналы распространения. Также были рассмотрены возможности, преимущества и недостатки контент-маркетинга.

Ключевые слова. Контент-маркетинг, продвижение, социальные сети, целевая аудитория, стратегия, эффективность, каналы распространения, формы контент

CONTENT MARKETING AS A WAY OF PROMOTION

Zhukova K.V. bachelor's degree of the 2nd year

*Supervisor: Denisova E.V., senior lecturer
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. This article considers approaches to the definition of content marketing, as well as the history of its origin and tasks. Content marketing strategy, its forms and distribution channels have been analysed. Opportunities, advantages and disadvantages of content marketing were also considered.

Keywords: Content marketing, promotion, social networks, target audience, strategy, effectiveness, distribution channels, forms of content

В современном мире конкуренция на рынке становится сильнее, а потребители более осведомленные и требовательные, поэтому компании начинают понимать, что традиционные методы рекламы теряют свою эффективность. Поэтому предпринимателям необходим поиск нового способа привлечения клиентов и установления с ними доверительных отношений.

Контент-маркетинг – это стратегия маркетинга, характеризующаяся созданием и распространением контента с целью привлечения и удержания целевой аудитории. Согласно совместному исследованию IAB Russia и «Яндекс.Дзен», контент-маркетинг относится к основным способам продвижения как по частоте использования (69%), так и по эффективности.

Выделяют два подхода к определению контент-маркетинга. Согласно первому подходу и наиболее распространенному, контент-маркетинг рассматривают как часть inbound «входящего» маркетинга. Входящий маркетинг, в отличие от исходящего, для которого характерно донесение рекламы до аудитории, предполагает построение двусторонних связей с потребителями. В данном

виде инструменты маркетинга используются комплексно и позволяют установить более тесные связи с клиентами.

Другой подход рассматривает контент-маркетинг как часть Digital PR. Контент-маркетинг и PR имеют схожие цели и каналы продвижения. Специалисты по связи с общественностью также нацелены на построение двусторонней связи с клиентами, повышения узнаваемости, лояльности и репутации. Однако между ними есть разница. Во-первых, контент-маркетинг не ограничивается текстами и стремится использовать интерактивные способы взаимодействия с аудиторией в отличие от PR. Во-вторых, контент-маркетинг стремится привлечь клиентов полезной и ценной информацией, акцентируя внимание на их проблемах и потребностях, а не достучаться до них. В-третьих, различаются показатели эффективности. Так, контент-маркетинг можно измерить вовлеченностью, посещаемостью и охватом, в то время как для PR по-прежнему используют такие показатели, как цитирование, количество публикаций и упоминаний. Также публикация контента происходит в основном за пределами СМИ, например, в социальных сетях, блогах, сайтах. Таким образом, контент-маркетинг и PR имеют как общие, так и различные черты.

История возникновения контент-маркетинга связана не с развитием информационных технологий. Она уходит в 1900 год, когда Мишлен выпустил свой гайд, в котором были советы для путешественников. Таким образом, контент-маркетинг появился задолго до появления интернета. Однако все-таки его развитие связано именно с ним. Развитие интернета привело к тому, что потребители самостоятельно ищут необходимую им информацию о товаре или бренде, обращая внимание на качественный контент, помогающий принять решение.

Сейчас потребители становятся более требовательными и осведомленными, поэтому они обращают внимание на качественный контент, который помогает им узнать больше информации о продукции и брендах. Компании же стремятся увеличить продажи, привлечь внимание к бренду, создать лояльное комьюнити. Все эти цели можно закрыть с помощью качественного контента. Через него компании могут продемонстрировать свою экспертность в той или иной нише, что будет привлекать клиентов и повышать их доверие к продукции. Также качественный контент позволит увеличить узнаваемость бренда благодаря интересным и запоминающимся публикациям. Создание сообществ для общения, проведение опросов, взаимодействие с клиентами приносит пользу аудитории, тем самым повышая лояльность клиентов, что помогает устанавливать длительные и доверительные отношения. Предоставление интересной и нужной информации, закрывающей потребности и проблемы потребителей, позволит компаниям выйти из ценовой конкуренции и повысить свои продажи. Экспертность, качество, информативность позволят не только привлечь новых потребителей, но и удержать имеющуюся аудиторию, что, в свою очередь, увеличит спрос на товары и услуги, повысит узнаваемость и конкурентоустойчивость.

Но некоторые компании считают, что контент-маркетинг не работает. Публикация контента дает единоразовый результат или его нет вообще. Однако в большинстве случаев это связано с неправильно выстроенной стратегией или вовсе с ее отсутствием. Стратегия контент-маркетинга – это система действий по созданию, распространению и анализу контента с целью достижения поставленных целей компании. Правильно разработанная стратегия позволит организации повысить репутацию, продвинуться в топ среди сайтов, выстроить долгосрочные отношения с клиентами. А для того, чтобы она была эффективной, следует помнить о всех ее частях, которые взаимосвязаны друг с другом и образуют целую структуру.

Она состоит из:

1. Определения наиболее важных для компании целей. Это может быть привлечение новых пользователей, увеличение продаж, укрепление отношений с потребителями и т.д.
2. Определения целевой аудитории и ее потребностей. Здесь необходимо составить портрет потенциального клиента, собрав демографические данные, их интересы, потребности, определить, как продукт будет им полезен.
3. Анализа сайта, социальных сетей конкурентов и их взаимодействие с пользователями. Это поможет понять, как им удастся привлечь и удерживать аудиторию.
4. Создания контент-плана. Контент-план – это график публикаций контента, который включает даты, каналы и способы распространения, содержание публикаций.
5. Анализа результатов для определения эффективности контент-маркетинга. Для этого следует обратить внимание на конверсию, то есть сколько пользователей после просмотра контента купили товар, процент отказов и возвратов. Также изучить социальные метрики: посещаемость сайта и социальных сетей, вовлеченность (количество лайков, комментариев, репостов), упоминаемость бренда.

Таким образом, чтобы достичь необходимого результата, публикация контента должна сопровождаться маркетинговой кампанией. И поскольку контент-маркетинг заключается не просто в публикации постов, то для эффективности его стоит разбить на несколько блоков и делегировать специалистам. Так, например, разработка стратегии связана больше с интеллектуальными навыками, а создание – с творческими. Правильное распределение задач, взаимосвязанность между ними позволит создать качественный и работающий контент.

Стратегия контент-маркетинга индивидуальна для каждой организации. Но стоит обратить внимание на то, что не всем компаниям вообще нужен такой способ продвижения. Использование контент-маркетинга будет неуместно для несетевых компаний, повседневной продукции и услуг, пользующихся спросом в чрезвычайных ситуациях. Но он будет полезен для новых проектов, когда необходимо рассказать о новом товаре или услуги, чтобы повысить осведомленность потребителей, их доверие, а также продвинуть сайт бренда в поисковых системах. Также его могут использовать для продвижения дорогих товаров, так как это позволяет потенциальным покупателям больше узнать о характеристиках товара и принять решение о покупке. Компании, продающие сложные продукты, тоже могут воспользоваться контент-маркетингом, позволяя клиентам разобраться в неизвестной им сфере и также принять правильное решение. Кроме того, контент-маркетинг подойдет для компаний, которые хотят привлечь новых клиентов, повысить их лояльность и узнаваемость бренда.

Для успешного продвижения контент должен обладать определенными качествами. Во-первых, он должен быть полезен для пользователей, отвечать на их вопросы. Это можно сделать с помощью предоставления различных материалов, например, картинок, видео, которые упростят восприятие информации. Также можно поделиться личным опытом на примере кейсов, разъяснить сложную и не для всех понятную информацию с помощью эксперта. Во-вторых, следует создать уникальный стиль, который будет ассоциироваться с брендом. К этому относится цветовое оформление, стиль общения с клиентами, подача информации. В-третьих, контент должен быть привлекательным, поэтому рекомендуется текст сопровождать иллюстрациями, которые будут привлекать внимание.

Продвижение товаров и услуг включает различные формы контента. Их выбор зависит от стиля компании, предпочтений целевой аудитории. Для наиболее эффективного результата следует использовать несколько форм. Все формы можно разделить на 4 большие группы: текстовые, видео-форматы, подкасты и инфографика.

К текстовым формам относятся статьи, посты, чек-листы, рассылки и другое. Они могут содержать в себе не только описание продукции, но и советы по ее применению, что может закрыть возникающие вопросы потребителей. Сейчас наиболее популярным и при этом простым является такой формат контента, как блоги. Они характеризуются регулярностью публикаций, актуальностью информации, советами, рекомендациями и ответами для пользователей. Данный формат позволяет установить взаимную связь между аудиторией и брендом.

Видео-контент является наиболее востребованным среди пользователей, потому что он позволяет продемонстрировать продукцию, ее особенности в более эпичном и динамичном формате. Также в данном формате можно проводить мастер-классы, вебинары, прямые эфиры. Особенно актуальны в данное время короткие видео в социальных сетях. Их длительность составляет максимум 2 минуты, но при этом этого хватит, чтобы продемонстрировать товар и заинтересовать потенциальных покупателей, если создать качественный контент.

Также в последние годы набирает популярность такой формат контента, как подкасты. Они представляют собой аудио, в котором эксперты могут делиться своими знаниями и мнениями. Что может проходить в виде интервью, в котором гость будет отвечать на актуальные и интересующие пользователей вопросы. Подкасты удобны тем, что их можно слушать в любое время.

Визуальный контент или инфографика хорошо подходит для дополнения текстовых публикаций. Инфографика отражает большое количество информации в графическом формате, что значительно облегчает ее восприятие. Такой способ подходит в основном для работы с цифрами, статистикой, описанием процессов. К визуальному контенту относятся графики, диаграммы, презентации, анимации.

Также еще можно выделить интерактивный контент. Он заключается в публикации игр, викторин, опросов, которые помогут взаимодействовать с аудиторией. Такой формат позволит лучше понять потребителей и улучшить продукт в соответствии с их потребностями. Преимущество данного формата заключается в том, что он захватывает внимание аудитории, продлевает пребывание на сайте, что повышает вероятность покупки. Также, если тесты

дополнить рекомендациями, это может увеличить продажи и лояльность к бренду, поскольку пользователи получают персонализированные предложения, новые знания.

Что касается каналов распространения, то существует три пути: внутренний, то есть на собственных площадках, внешний и через рекламу. Одной из внутренних площадок является блог, в котором публикуются статьи, советы, информация о продукте. Например, у Т-банка есть блог под названием «Тинькофф Журнал (Т – Ж): журнал про ваши деньги». Там публикуются статьи преимущественно на финансовые темы. Также там можно найти различные тесты, калькуляторы, пользователи могут задать вопросы и получить ответы. Ведение корпоративного блога позволяет делиться экспертным мнением, новостями, что укрепляет репутацию бренда и привлекает новую аудиторию. Регулярное обновление контента отображает активность сайта, что позволяет занимать высшие позиции в поисковых системах, вследствие чего увеличивать показатели посещаемости.

Также к внутренней площадке относятся социальные сети бренда. Они охватывают миллионы пользователей по всему миру, что способствует узнаваемости бренда, повышению охватов и других показателей. Данный канал продвижения предполагает взаимодействие с определенной группой пользователей, которая заинтересована в их продукте. Также он позволяет взаимодействовать с аудиторией через интерактивный контент, комментарии, личные сообщения, устанавливая наиболее тесные связи с клиентами. Кроме того, контент, размещенный в социальных сетях, может быстро распространяться благодаря репостам, чем привлекает потенциальных клиентов, повышает показатели социальных метрик. Одним из преимуществ социальных сетей является то, что в них можно использовать различные формы контента: и фото, и видео, и прямые эфиры и так далее.

Еще один внутренний канал продвижения – email-рассылки. Они делятся на две группы в зависимости от цели компании. Если она хочет увеличить лояльность аудитории, то следует рассылать письма, содержащие полезную информацию, например, статьи или рекомендации. Если же цель компании – увеличить продажи, то письма должны быть подогревающими аудиторию и подводящими к покупке. Одним из примеров бренда, который использует email-рассылку, является Кинопоиск. Ежемесячно он рассылает своим пользователям на почту новинки и рекомендации фильмов и сериалов с их описанием и активными кнопками, которые перенаправляют на нужную страницу на сайте или в приложение Кинопоиска.

К внешним каналам распространения относятся профильные СМИ и тематические группы в социальных сетях. Профильные СМИ – это специализированные издания и интернет-ресурсы, которые публикуют контент, связанный с конкретной отраслью или темой. Размещение своего контента в таких СМИ позволяет компании продемонстрировать экспертность, повысить узнаваемость бренда, лояльность аудитории. Тематические группы – это сообщества в социальных сетях, посвященные определенной теме. Публикация материала в таких группах рассчитана на заинтересованную аудиторию, но она также может повысить узнаваемость и лояльность среди пользователей с помощью репостов. Недостатком внешних каналов продвижения является то, что компании вынуждены придерживаться правил сторонних площадок, что ограничивает их в создании некоторого контента.

Также продвигать продукт или бренд можно через рекламу. Это может быть реклама в социальных сетях или у инфлюенсеров. В социальных сетях действует таргетинг, поэтому для того, чтобы привлечь потенциальных клиентов, также следует разработать качественный и привлекательный контент. Сотрудничество с влиятельными людьми также поможет компании привлечь клиентов, повысить свою узнаваемость, охваты, так как аудитория доверяет мнению инфлюенсеров. Кроме того, совместно созданный контент может оказаться наиболее эффективным.

Однако, несмотря на возможности и широкий набор форм и каналов контент-маркетинг имеет как преимущества, так и недостатки. К преимуществам можно отнести:

1. Регулярная публикация качественного и полезного контента предоставляет полезную информацию, тем самым удовлетворяя потребности аудитории, что, в свою очередь, увеличивает и ее лояльность. Также через контент компании взаимодействуют со своей аудиторией, анализируют ее, узнают потребности и проблемы, впоследствии адаптируя продукт под них, что также сказывается на лояльности потребителей, репутации бренда и количеству продаж.

2. Качественный и регулярно обновляемый контент обеспечивает долгосрочные результаты, так как продолжает поддерживать вовлеченность аудитории, трафик на сайте, охваты в социальных сетях.

Annotation: The article deals with the role of artificial intelligence (AI) in modern management. Its influence on the automation of routine tasks, decision-making, personnel management and optimization of business processes is analyzed. The advantages and challenges of AI implementation are described, as well as the prospects for its further development. Special attention is paid to the issues of ethics and social adaptation.

Keywords: Artificial Intelligence, management, automation, decision-making, personnel management, optimization of business processes, ethics, social adaptation.

Искусственный интеллект (ИИ) становится неотъемлемой частью современного менеджмента, интегрируясь в различные аспекты управления и функционирования организаций. В последние годы наблюдается стремительный рост внедрения ИИ-технологий, что обуславливает необходимость глубокого анализа их влияния на эффективное управление. Использование ИИ позволяет значительно повысить эффективность управления организацией, улучшить качество принимаемых решений и оптимизировать многие процессы, что, в свою очередь, приводит к экономии ресурсов и повышению конкурентоспособности.

История развития ИИ начинается еще в середине XX века. В 1943 году ученые Уоррен Маккалоу и Уолтер Питтс предложили математическую модель нейронных сетей, которая стала основой для многих дальнейших исследований в области ИИ. Однако термин «искусственный интеллект» был введен Джоном Маккарти в 1956 году на исторической конференции в Дартмуте, где был сделан первый шаг в сторону формализации и систематизации исследований в этой области. В 60-е годы XX века несколько проектов, таких как программа ELIZA, продемонстрировали потенциал ИИ в области обработки естественного языка и симуляции общения с человеком. Однако вскоре исследования в этой сфере пережили некоторый спад, который продолжался до 90-х годов.

Конец XX века стал периодом нового подъема в развитии ИИ, что было связано с конкуренцией между странами и интенсивным развитием технологий. Одним из знаковых событий стало поражение шахматного чемпиона Гарри Каспарова в 1997 году от компьютера Деер Blue компании IBM, что продемонстрировало способность ИИ решать сложные задачи, традиционно требующие человеческого интеллекта. В XXI веке развитие ИИ значительно ускорилось благодаря доступности огромных объемов данных и росту вычислительных мощностей, что открыло новые возможности для его применения в различных сферах, включая медицину, финансы, производство и многие другие отрасли [1, с. 50].

Таблица демонстрирует, каким образом искусственный интеллект способен существенно усовершенствовать классические методы управления в разных сферах менеджмента. Примеры показывают, как интеграция ИИ в управленческие процессы помогает оптимизировать их, повысить точность и ускорить принятие решений. В то же время традиционные подходы могут сталкиваться с ограничениями, такими как человеческий фактор, высокая трудоемкость или нехватка аналитических возможностей [2].

Таблица 1 – Примеры использования ИИ в различных аспектах менеджмента

Аспект менеджмента	Традиционный подход	Подход с использованием ИИ
Прогнозирование спроса	Анализ исторических данных вручную	Машинное обучение для анализа больших данных и предсказания будущих тенденций
Управление запасами	Ручная инвентаризация и заказ товара	Автоматическая система пополнения запасов на основе прогнозируемых потребностей
Обслуживание клиентов	Человеческие операторы колл-центров	Чат-боты и голосовые помощники для быстрого реагирования на запросы клиентов
Мониторинг производительности	Регулярные отчеты и встречи	Автоматический мониторинг KPI и рекомендаций по

сотрудников		улучшению
Стратегическое планирование	Экспертные оценки и аналитические доклады	Моделирование сценариев и симуляции на основе данных и прогнозов

Анализ данных, представленных в таблице, касается различных аспектов менеджмента и внедрения инновационных технологий, таких как искусственный интеллект (ИИ), для повышения эффективности бизнес-процессов.

Прогнозирование спроса является одной из ключевых задач в современном менеджменте. Традиционный подход, основанный на ручном анализе исторических данных, ограничен в точности из-за влияния человеческого фактора и интуитивных решений сотрудников, что снижает надежность прогнозов. Внедрение ИИ и машинного обучения позволяет обрабатывать большие объемы данных, учитывая сложные зависимости и факторы, влияющие на спрос, что значительно повышает точность прогнозов и снижает риск ошибок. Это особенно важно в условиях нестабильного рынка, где высокая точность предсказаний напрямую влияет на успех бизнеса. Использование ИИ также способствует улучшению планирования, делая его более гибким и адаптивным.

Управление запасами – еще одна важная задача, требующая постоянного контроля и внимания. Традиционные методы могут быть подвержены человеческим ошибкам, особенно в условиях нестабильного спроса, что приводит к дефициту или переполнению складов. Внедрение ИИ-технологий, таких как автоматизированные системы пополнения запасов, позволяет эффективно управлять этим процессом, учитывая рыночные изменения и сезонные колебания, что оптимизирует заказы и складские площади. Это помогает избежать потерь из-за нехватки товаров и снизить избыточные запасы, что в свою очередь снижает операционные затраты и повышает общую эффективность бизнеса.

В сфере обслуживания клиентов традиционные методы, такие как работа операторов в колл-центрах, требуют значительных временных и ресурсных затрат. Использование ИИ, например, чат-ботов и голосовых помощников, позволяет значительно улучшить качество обслуживания, предоставляя круглосуточную поддержку без участия человека. Это ускоряет процесс обработки запросов, улучшает взаимодействие с клиентами и повышает их удовлетворенность, снижая время ожидания и увеличивая лояльность к бренду. В результате бизнес может сосредоточиться на более сложных задачах, обеспечивая качественное обслуживание и улучшая клиентский опыт.

Мониторинг производительности сотрудников с применением традиционных методов, таких как регулярные отчеты и встречи, может занимать много времени и не всегда отображает реальную картину. ИИ-системы для автоматического мониторинга ключевых показателей эффективности (KPI) позволяют более эффективно отслеживать производительность и оперативно получать объективные данные. Это помогает менеджерам принимать более обоснованные решения по мотивации, обучению персонала и созданию прозрачной корпоративной культуры, где каждый сотрудник чувствует свою значимость.

Стратегическое планирование в традиционном менеджменте часто основывается на экспертных оценках, что может привести к субъективным и недостаточно обоснованным решениям. Использование ИИ для моделирования сценариев и симуляций на основе данных и прогнозов позволяет более объективно анализировать риски, возможности и различные исходы, что помогает принимать взвешенные решения. Это дает компаниям возможность оперативно адаптировать свою стратегию в ответ на изменения внешней среды, что особенно важно в условиях высокой конкурентоспособности и постоянных изменений на рынке. Интеграция ИИ в процесс стратегического планирования не только повышает качество принимаемых решений, но и способствует долгосрочному устойчивому развитию бизнеса.

Применение ИИ в менеджменте охватывает широкий спектр функциональных областей, включая анализ больших данных, прогнозирование рыночных трендов, автоматизацию рутинных процессов и управление взаимоотношениями с клиентами. Алгоритмы машинного обучения и обработки естественного языка позволяют менеджерам получать более точные и своевременные данные для принятия обоснованных решений. Например, ИИ может анализировать потребительское поведение, выявлять скрытые закономерности и предлагать

персонализированные рекомендации, что значительно улучшает клиентский опыт и способствует росту лояльности.

ИИ помогает оптимизировать внутренние процессы, такие как бухгалтерия, управление запасами и планирование, что не только экономит время, но и снижает вероятность ошибок. Это позволяет менеджерам сосредоточиться на стратегическом планировании и инновациях. Крупные компании, такие как Amazon, используют ИИ для автоматического управления запасами и прогнозирования спроса, JPMorgan Chase – для анализа контрактов и ускорения одобрения сделок, Walmart – для оптимизации цепочки поставок и складских операций, Coca-Cola – для прогнозирования продаж и маркетинговых кампаний, а McDonald's – для автоматизации заказов с помощью голосовых помощников [3].

В будущем системы ИИ станут ещё сложнее и смогут самостоятельно обучаться, адаптируясь к изменениям внешней среды. Они будут анализировать текущие данные и предсказывать тренды, помогая бизнесу быстро реагировать на вызовы и использовать новые возможности. Полностью автоматизированные управленческие системы могут значительно повысить продуктивность. Однако важно обеспечить информационную безопасность данных и соблюдать законы о защите личных сведений, особенно в условиях глобализации [4].

В заключение, искусственный интеллект обладает огромным потенциалом для преобразования менеджмента и повышения его эффективности в различных сферах деятельности. Мы можем ожидать значительного прогресса в этой области в ближайшие годы, что принесет множество преимуществ организациям всех размеров и отраслей. Успех внедрения ИИ в менеджмент зависит от комплексного подхода, включающего технологические, правовые и этические аспекты. Будущее менеджмента с ИИ выглядит многообещающе, и организации, готовые адаптироваться к этим изменениям, смогут занять лидирующие позиции на рынке.

Библиографический список

1. Двадцатов Р.В., Иванова И.В. История появления и развития искусственного интеллекта / Р.В. Двадцатов, И.В. Иванова Вопросы образования и науки: теоретический и методический аспекты: сб. научных трудов по материалам Междунар. Научно-практич. конф. (31 мая 2014 г.); под ред. А.А. Довлатова. Тамбов : ООО «Консалтинговая компания Юком», 2014. С. 50–55.
2. Искусственный интеллект VS финансовый менеджмент [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sbr.in.ua/?p=620> (дата обращения: 07.12.2018).
3. Слицкая А.Е. Применение искусственного интеллекта в маркетинге // Практический маркетинг. 2023. №12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-iskusstvennogo-intellekta-v-marketinge-1> (дата обращения: 17.11.2024).
4. Калашникова С.П., Добрин К.Ю. Цифровая трансформация менеджмента качества в современных условиях // Гуманитарный научный журнал: электронный журнал. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovayatransformatsiya-menedzhmenta-kachestva-v-sovremennyh-usloviyah> (дата обращения: 28.05.24)

УДК 339.138

ЭВОЛЮЦИЯ МАРКТПЛЕЙСОВ: ОТ ПРЕДПОЛОЖЕНИЯ К МАССОВОЙ ПОПУЛЯРНОСТИ

Петрова Г.В. бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Денисова Е.В., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. в статье приводятся этапы становления электронной коммерции от ее появления до настоящего времени. Выделяется образование крупнейших онлайн-платформ, являющихся самыми популярными в современном мире. Рассматривается рейтинг крупнейших маркетплейсов в мире и в России за последние годы по различным признакам.

Ключевые слова: электронная коммерция, маркетплейс, цифровые технологии, компьютеризация, бизнес-среда.

FINANCIAL GAMES AS A FACTOR OF STUDENT INVOLVEMENT IN THE EDUCATIONAL PROCESS

Petrova G.V., 4th year bachelor

*Supervisor: Denisova E.V., senior lecturer
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The article presents the stages of development of e-commerce from its inception to the present day. The formation of the largest online platforms, which are the most popular in the modern world, is highlighted. The rating of the largest marketplaces in the world and in Russia in recent years is considered according to various criteria.

Keywords: e-commerce, marketplace, digital technologies, computerization, business environment.

В настоящее время покупатели пользуются не только огромным ассортиментом товаров и услуг, но и множественными способами их приобретения. Самый популярный – покупка через онлайн-платформу. Электронная коммерция развивается с большой скоростью, и если сейчас все ее возможности кажутся базовыми, то раньше они считались революционными. С момента своего появления электронная коммерция претерпела значительные изменения и на данный момент платформы кардинально отличаются от прошлых.

Считается, что история начинается с 1979 года, когда была проведена первая попытка создания электронной коммерции. Именно в этом году британский предприниматель Майкл Олдрич изобрел так называемый, телешопинг, то есть онлайн-покупки через телевизор. В то время еще не существовало Интернета и Всемирной паутины, и он подключил модифицированный телевизор к обрабатывающему транзакции компьютеру через домашнюю телефонную линию. Предприниматель считал свое изобретение универсальным и доступным для любого человека. Изобретением начали пользоваться компании, в следствие чего, у покупателей появилась возможность включать свой телевизор и выбирать продукты в магазине, после чего их заказ перенаправлялся по телефону в магазин, где необходимые продукты и товары собирались и отправлялись покупателю.

Одной из первых компаний, которые приблизились к электронной коммерции, стала uServe, ставшая в то время популярным сетевым сервисом. В 1984 году у компании был разработан сервис «Электронный магазин», в котором покупатели могли выбирать и заказывать товары более, чем у 100 интернет-продавцов. Происходило это через довольно простой интерфейс командной строки, где покупатель имел возможность выбрать продавца, товар и даже внести кредитную информацию для будущих покупок.

В 1992 году была образована Book Stacks Unlimited, которая начала свою деятельность с доски объявлений, а в 1994 году запустила сайт Books.com, в дальнейшем выкупленный другой компанией. Book Stacks Unlimited предоставляла более 500 000 книг, а также рекомендации по книгам, аннотации, поиск книг и многое другое. Многие считают, что первым интернет-магазином книг стал Amazon, однако именно Book Stacks Unlimited стала первооткрывателем данной сферы за три года до открытия Amazon.

Далее в 1994 году Дэном Коном была создана компания, занимающаяся продажей компакт-дисков и книг. Компанией была совершена первая розничная сделка в интернете с помощью кредитной карты с использованием программы, обеспечивающей конфиденциальность.

В 1994-1999 годах стали появляться первые гиганты электронной коммерции. В 1994 году был создан сервис онлайн-заказов PizzaNet, который позволял не только выбрать продукцию из меню и заказать ее, но и настроить ее под свой вкус. Во избежание мошенничества, ресторан связывался с клиентом для подтверждения заказа.

В 1995 году был запущен всем известный в настоящее время Amazon, на тот момент занимающийся продажей книг. Онлайн-сервис обладал уникальными в то время функциями: виртуальной корзиной, безопасным ввод личных данных, удобной поисковой системой, широким ассортиментом товаров и т.д.

Поскольку в то время сделки совершались почты и телефонных линий, первой формой электронной коммерции стали сделки по системе B2C. Покупатель оставлял заявку на сайте предпринимателя, после чего с ним связывался менеджер, совершалась оплата и доставка необходимого товара почтой или курьером. В этот же период начал развиваться рынок C2C [1].

В 1996 году был запущен первый в своем роде сайт онлайн-аукционов eBay, который представлял собой площадку для прямых продаж. На рассматриваемом сайте человек мог выставить свой товар, а клиенты делали на них ставки, чтобы в дальнейшем приобрести товар.

В 1997 году Стив Джобс принял решение о расширении компании Apple в мире электронной коммерции и запустил свой улучшенный сайт онлайн-продаж, целью которого стало улучшение качества обслуживания клиентов.

Первой платформой онлайн-продаж в России стал Ozon, который образовался в 1998 году как магазин по продаже книг. Одним из создателей платформы является Дмитрий Рудаков, который в то время увлекался фэнтези.

30 ноября 2000 года Яндекс запустил онлайн-платформу «Яндекс.Товары», которая являлась сервисом по поиску предложений магазинов. С того времени Яндекс разработал огромное количество различных сервисов, таких как «Яндекс Еда», «Яндекс Доставка», «Яндекс. Маркет аналитика» и многие другие. «Яндекс.Маркет» стал отдельным юридическим лицом в 2016 году.

В целом, появление Интернета привлекло к себе огромное внимание и у всех компаний появилась необходимость переходить на онлайн-продажи. Также стоит учесть, что тогда онлайн-стартапы получили большое финансирование, что еще сильнее расширило выход компаний в Интернет. Однако к 2000-2002 году произошел крах доткомов, поскольку индекс высокотехнологичных акций NASDAQ рухнул на 75%. Большая часть интернет-компаний, занимающих лидирующие позиции, обанкротилась, пострадали даже такие большие компании, как Amazon. Рост компаний возобновился к середине 2000-х.

Если рассмотреть дизайн проектов начала 2000-х, то можно заметить, что он значительно отличается от проектов 1990-х, в которых преобладал текст и беспорядочно расположенные изображения. Сайты все еще выглядели перегруженными, но стали появляться четкие макеты и разные цвета. Также, именно в это время сайты электронной коммерции начали использовать элементы, которые до сих пор являются базовыми: меню навигации и боковая панель категорий. Amazon и eBay постоянно внедряли инновации и некоторые из них также остались базовыми в настоящее время: поисковая строка для поиска слов по книге, онлайн-чат для поддержки связи с клиентами.

После краха доткомов и возобновления роста и онлайн-компаний стали появляться новые платформы электронной коммерции, набирающие обороты. В 2009 году была запущена платформа BigCommerce, которая стала популярной среди компаний, нуждающихся в технической помощи для развития своих магазинов. BigCommerce занималась настройкой систем и другими техническими аспектами электронной коммерции. К 2011 году у компании было около 10000 клиентов.

В 2004 году был образован крупнейший на данный момент маркетплейс России – Wildberries. Ее основатель Татьяна Бакальчук, которая в начале своего материнства не могла найти время на покупку одежды и в поисках самостоятельного заработка создала онлайн-магазин одежды, который позволил бы ей и другим женщинам одеваться стильно, недорого и без дополнительных походов в магазины.

В 2009 году была запущена тестовая версия платформы AliExpress, у которой с первых часов появились первые клиенты. Всего за два года работы сайта, на нем зарегистрировались около 600 тысяч пользователей, а ассортимент товаров превзошел 10 млн штук [3].

В начале 2010-х электронная коммерция стала развиваться быстрыми темпами и за одно десятилетие объем продаж вырос в 8 раз. За это время произошло множество изменений, как в поведении покупателей, так и в предоставлении услуг электронной коммерции. Также в это время сильно изменился дизайн онлайн-платформ, который разработчики тщательно продумали, разработали и внедрили много возможностей для настройки витрин онлайн-магазинов. В 2010-х годах начала развиваться мобильная коммерция. Разрабатывались мобильные приложения, которые позволяли клиентам получать доступ к магазинам через свой телефон. В этот же период стала образовываться социальная коммерция. В 2015 году Pinterest предоставила возможность покупать товары в приложении, а в 2018 году Instagram разработал Instagram Shop, который позволял совершать покупки у компаний, не выходя из соцсети.

По мере развития цифровых технологий и компьютеризации, электронная коммерция продолжает преобразовывать бизнес-среду и способы совершения покупок [4]. Маркетплейсы являются неотъемлемой частью электронной коммерции, их объемы продаж и посещаемость растут с каждым годом [2]. В таблице 1 представлен рейтинг маркетплейсов за 2023 год в мире.

Таблица 1 – Десять крупнейших маркетплейсов в мире за 2023 г.

Место	Название	Обслуживаемый регион	Регион/страна	Количество посещений в месяц
1	Amazon	Глобальный	США	4.79Б
2	eBay	Глобальный	США	1.21Б

3	Rakuten	Глобальный	Япония	563.37 млн
4	Shopee	Юго-Восточная Азия	Сингапур	559,59 млн
5	AliExpress	Глобальный	Китай	525.45 млн
6	Etsy	Глобальный	США	447,31 млн
7	Walmart	Северная Америка	США	407.61млн
8	Mercado Libre	Латинская Америка	Аргентина	362,90 млн
9	Wildberries	Глобальный	Россия	342,85 млн
10	Ozon	Глобальный	Россия	316 млн

Рассматривая категории товаров, продаваемых крупнейшими маркетплейсами мира, можно отметить, что в основном это товары общего назначения и только Etsy специализируется на конкретной категории товаров – искусство, поделки и подарки.

Еще в 2022 году российский Ozon не входил в десятку крупнейших торговых площадок, но к 2023 году он обогнал китайскую компанию Taobao.

На рисунке 1 представлена доля рынка по онлайн-продажам маркетплейсов России за 2023 год.

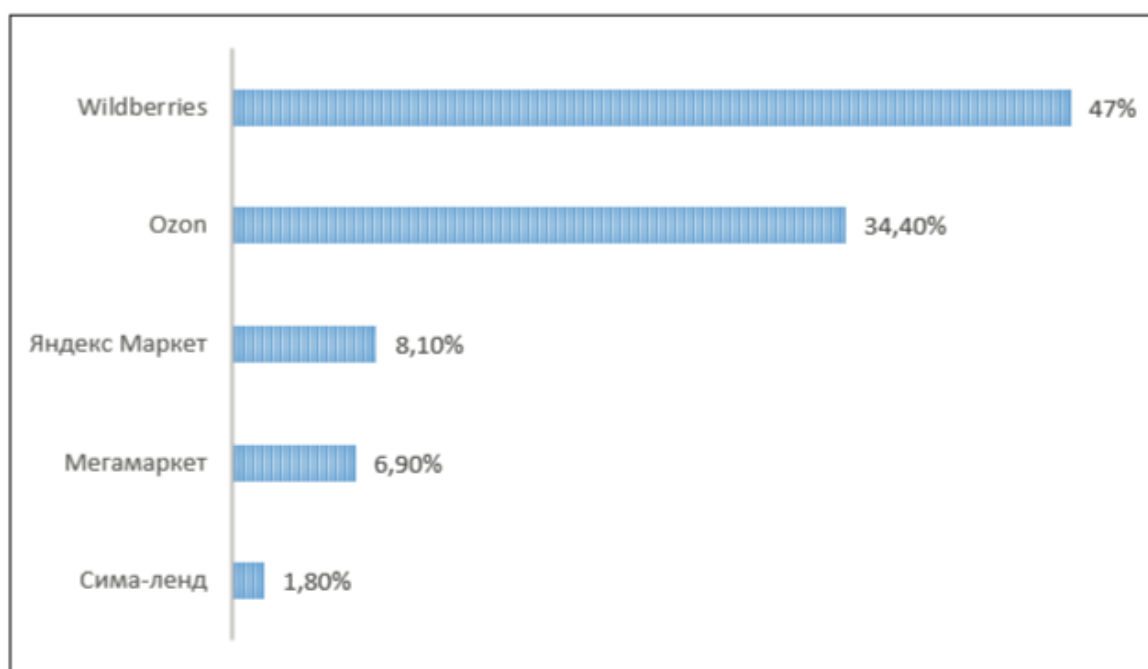


Рисунок 1. Рынок маркетплейсов России, доля онлайн-продаж за 2023 г.

Wildberries занимает 47% доли рынка онлайн-продаж в России и по-прежнему стоит на первом месте среди других маркетплейсов. Также он лидирует по количеству заказов, которые составляют 72,7%.

На рисунке 2 представлена посещаемость сайтов маркетплейсов за октябрь 2024 года.

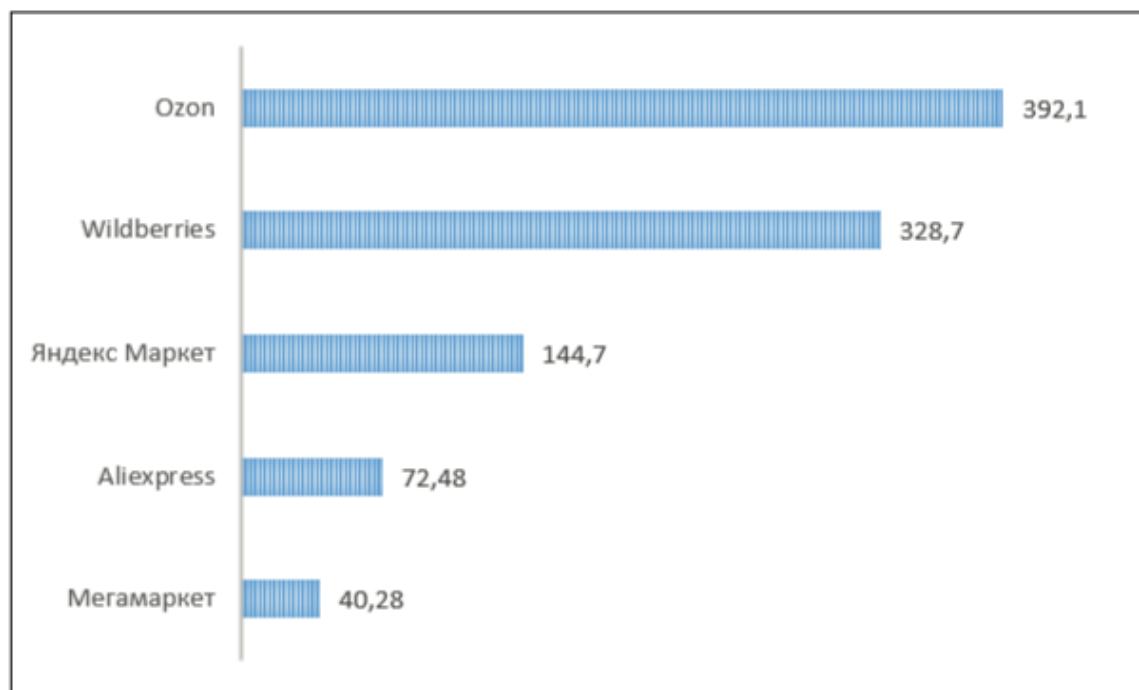


Рисунок 2 . Топ-5 маркетплейсов России по посещаемости сайта, млн

Лидером по посещаемости сайта стал Ozon, за октябрь 2024 года сайт посетили 392,1 млн человек. Wildberries не сильно уступает Ozon и его посещаемость 328,7 млн человек. Значения других трех маркетплейсов гораздо меньше, Яндекс уступает почти в два раза.

В таблице 2 представлен рейтинг маркетплейсов России по объему продаж (внутрироссийские продажи) за 2023 год.

Таблица 2 – Рейтинг маркетплейсов России по объему продаж за 2023 год [5].

Место	Маркетплейс	Онлайн-продажи	Рост онлайн-продаж
1	wildberries.ru	₽2.14 трлн	+73%
2	ozon.ru	₽1.56 трлн	+103%
3	market.yandex.ru	₽370.6 млрд	+57%
4	megamarket.ru	₽312.7 млрд	+417%
5	sima-land.ru	₽80.6 млрд	+11%
6	onlinetrade.ru	₽38.8 млрд	+14%
7	kazanexpress.ru	₽17.6 млрд	-10%
8	aliexpress.ru	₽11.5 млрд	-80%
9	shoppinglive.ru	₽9.27 млрд	+25%
10	rbt.ru	₽6.46 млрд	+7%

Объем продаж четырех крупнейших торговых платформ за 2023 год составил 4,3 трлн руб. Мегамаркет значительно улучшил свои показатели за 2023 год в сравнении с прошлым, чего нельзя сказать о маркетплейсах, занимающих 7 и 8 место.

Электронная коммерция и цифровые технологии в целом являются быстрорастущими отраслями, следовательно, постоянно будут появляться новые и исчезать старые тенденции. Но на протяжении многих лет компании будут стремиться превзойти себя и своих конкурентов, развиваясь и разрабатывая новые функции и предложения. Несмотря на препятствия, которые встают на пути развития, электронная коммерция имеет большие перспективы, продолжает наращивать обороты, привлекать компании и покупателей и предоставлять уникальные возможности для бизнеса. Онлайн-торговля в настоящее время стала неотъемлемой частью в

повседневной жизни практически каждого человека, вероятно, что и в будущем это будет продолжаться.

Библиографический список

1. История электронной коммерции в России и за рубежом // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-elektronnoy-kommertsii-v-rossii-i-za-rubezhom/viewer> (дата обращения: 02.11.2024)
2. Маркетплейсы как драйвер развития электронной коммерции // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketpleysy-kak-drayver-razvitiya-elektronnoy-kommertsii> (дата обращения: 02.11.2024)
3. Современное состояние и перспективы международной торговли на маркетплейсах // КиберЛенинка: сайт. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy-mezhdunarodnoy-torgovli-na-marketpleysah> (дата обращения: 02.11.2024)
4. Электронная коммерция - инновационная форма ведения бизнеса // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/electronnaya-kommerciya-innovatsionnaya-forma-vedeniya-biznesa> (дата обращения: 03.11.2024)
5. ИНКЛИЕНТ: сайт. URL: <https://inclient.ru/marketplaces-stats/> (дата обращения: 02.11.2024)

УДК 316.422.42

КЛАСТЕРИЗАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТ РАСПОЗНАВАНИЯ ДАННЫХ ЕСТЕСТВЕННЫХ ГРУПП

Проняев Н.В., студент 3-го курса

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

Аннотация. в статье рассматривается применение сегментации потребителей и выделяется метод кластерного анализа. Приводятся теоретические аспекты кластеризации, ее основные методы и этапы. Выявляется роль кластерного анализа потребителей как инструмента распознавания данных естественных групп.

Ключевые слова: сегментация, кластерный анализ, иерархическая кластеризация, метод Варда.

CONSUMER CLUSTERING AS A TOOL FOR RECOGNITION OF NATURAL GROUPS DATA

Pronyaev N.V., 3rd year student

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

Abstract. The article discusses the use of consumer segmentation and highlights the cluster analysis method. Theoretical aspects of clustering, its main methods and stages are presented. The role of consumer cluster analysis as a tool for recognizing natural group data is revealed.

Keywords: segmentation, cluster analysis, hierarchical clustering, Ward's method.

Исходным пунктом маркетинга является маркетинговое исследование. Главная цель маркетингового исследования заключается в разработке концепции общего представления о структуре и закономерностях динамики рынка и об обосновании необходимости и возможностей конкретной фирмы для более эффективной адаптации её производства, технологии и структуры, а также выводимой на рынок продукции или услуг к спросу и требованиям конечного потребителя.

В самом общем виде процесс маркетингового исследования включает в себя ряд этапов:

- 1) формулировка проблемной ситуации (формирование гипотезы);
- 2) получение, сбор данных;
- 3) обработка и подготовка информации;
- 4) подведение итогов [4].

Следующим важным этапом является сегментация клиентов. Сегментация клиентов — это процесс разделения производителей на группы на основе смешанных характеристик, включая демографические данные, психографические характеристики, модели поведения и покупательские привычки. Благодаря сегментации клиентов, компании могут проводить целевые маркетинговые кампании, предлагать персонализированные решения и специализированные услуги, которые в конечном итоге повышают лояльность клиентов.

Применение сегментации клиентов:

1. Таргетинг в маркетинге: выявляя предложения групп клиентов, компании могут разрабатывать маркетинговые инициативы, которые лучше соответствуют предпочтениям каждой группы.

2. Удержание клиентов: понимание того, что различные группы клиентов могут помочь определить, какие из них с большей вероятностью откажутся от услуг, позволяет принять сдерживающие меры для их удержания.

3. Разработка продукта: сегментация позволяет получить ценные сведения о предпочтениях и потребностях различных сегментов клиентов, что помогает производить продукты, ориентированные именно на эти группы.

4. Стратегии ценообразования: понимание различной ценовой чувствительности в разных сегментах клиентов позволяет компаниям точно настраивать свои модели ценообразования для максимизации прибыли и удовлетворенности клиентов.

Существует множество способов сегментировать группу потребителей: от болевых точек, которые вы хотите изучить, и психографических характеристик до конкретной ниши и исторической аналитики. Использование тактики сегментации как в исследованиях, так и в бизнес-стратегиях даёт множество преимуществ, в основном связанных с улучшением направления и повышением концентрации, а также с установлением более тесных связей с клиентами и потребителями в рамках этих сегментов.

Такая сегментация может использоваться для любого типа исследований и считается одной из самых простых форм группировки потребителей. Она позволяет заинтересованным сторонам и аналитическим группам лучше понимать респондентов в рамках панели или сообщества, выходя за рамки простых демографических данных, ещё до начала исследования. Это само по себе позволяет адаптировать исследовательские задачи и коммуникации к желаниям и предпочтениям каждого сегмента и повысить вероятность долгосрочного участия респондентов в одном или нескольких исследовательских проектах. Например, некоторые сегменты могут предпочитать отстранённость и формат опроса, в то время как другие, несомненно, предпочтут общение и диалог в фокус-группах. Кроме того, исследовательские группы могут привлекать определённые сегменты для выполнения различных исследовательских задач или смешивать сегменты, чтобы получить более полное и широкое представление обо всех респондентах в своей клиентской базе.

Сегментация может быть проведена различными методами, одним из которых является кластерный анализ. Кластеризация – это разновидность сегментации, которая происходит после того, как респонденты были набраны и приняли участие в исследовательских задачах. Вместо того, чтобы группировать людей, о которых заинтересованные стороны уже имеют базовое представление до начала исследования, кластеризация просто определяет, чем люди занимаются большую часть времени, на основе данных, собранных в ходе исследовательских задач. Это позволяет аналитическим группам и заинтересованным сторонам прогнозировать, что, скорее всего, будут делать клиенты, не разделяя их на жёсткие группы с самого начала [3].

Кластерный анализ предполагает использование математических моделей для выявления групп или «личностей» похожих клиентов путём определения наименьших различий между клиентами в каждой группе. Этот метод, не требующий заранее установленных пороговых значений, основан на самих данных и выявляет естественные группы или архетипы клиентов в клиентской базе.

Кластерный анализ при сегментации клиентов обеспечивает глубокое понимание характеристик и поведения клиентов, позволяя компаниям более эффективно взаимодействовать со своей целевой аудиторией. Он выявляет неоднородные группы клиентов с одинаковыми групповыми характеристиками или поведением в контексте. Кластерный анализ клиентов основан на использовании математических алгоритмов, таких как кластерный анализ методом k-средних, для выявления групп клиентов со схожими характеристиками.

Выделяют две группы методов кластерного анализа: иерархические и неиерархические.

Основными методами иерархического кластерного анализа являются метод ближнего соседа, метод полной связи, метод средней связи и метод Варда. Наиболее универсальным является последний. Существуют также центроидные методы и методы, использующие медиану, но Снят и Сокал 1973 аккуратно показали, что их применение может привести к некоторым весьма нежелательным последствиям.

Неиерархических методов больше, хотя работают они на одних и тех же принципах. По сути, они представляют собой итеративные методы дробления исходной совокупности. В процессе деления формируются новые кластеры, и так до тех пор, пока не будет выполнено правило

остановки. Между собой методы различаются выбором начальной точки, правило формирования новых кластеров и правилом остановки. Чаще всего используется алгоритм К-средних [2]. Он подразумевает, что аналитик заранее фиксирует количество кластеров в результирующем разбиении.

Рассмотрим основные методы кластеризации. Межгрупповая связь (Between-groups linkage) - дистанция между кластерами, которая равна среднему значению всех расстояний между всеми возможными парами точек из обоих кластеров. Информация, необходимая для расчёта дистанции, находится на основании всех теоретически возможных пар наблюдений. Данный метод устанавливается по умолчанию.

Внутригрупповая связь (Within-groups linkage) - дистанция между двумя кластерами рассчитывается на основании всех возможных пар наблюдений, принадлежащих обоим кластерам, причём учитываются также и пары наблюдений, образующиеся внутри кластеров.

Ближайший сосед (Nearest neighbor) - дистанция между двумя кластерами определяется как расстояние между парой наблюдений, расположенных друг к другу ближе всего, причём каждое наблюдение берётся из своего кластера.

Самый дальний сосед (Furthest neighbor) - дистанция между двумя кластерами определяется как расстояние между самыми удалёнными друг от друга значениями наблюдений, причём каждое наблюдение берётся из своего кластера.

Центроидная кластеризация (Centroid clustering) - в обоих кластерах рассчитываются средние значения переменных относящихся к ним наблюдений. Затем расстояние между двумя кластерами рассчитывается как дистанция между двумя осредненными наблюдениями.

Медианная кластеризация (Median clustering) - тот же центроидный метод, но центр объединенного кластера вычисляется как среднее всех объектов.

Метод Варда (Ward-Method) - сначала в обоих кластерах для всех имеющихся наблюдений производится расчёт средних значений отдельных переменных. Затем вычисляются квадраты евклидовых расстояний от отдельных наблюдений каждого кластера до этого кластерного среднего значения. Эти дистанции суммируются. Потом в один новый кластер объединяются те кластеры, которые дают наименьший прирост общей суммы дистанций.

Рассматривая этапы кластерного анализа, можно выделить следующие:

1. Формулировка проблемы.
2. Выбор способа измерения расстояния (определение меры сходства объектов).
3. Выбор метода кластеризации.
4. Принятие решения о количестве кластеров.
5. Интерпретация и профилирование кластеров.
6. Оценка достоверности кластеризации.

С точки зрения исследовательской группы, группировка потребителей поможет им проводить более целенаправленные исследования для принятия любых решений, которые предстоит принять заинтересованной стороне клиента. Они смогут быстро находить подходящих респондентов для исследования и получать точные и актуальные данные в более короткие сроки, затрачивая вдвое меньше усилий и ресурсов.

Респонденты, участвующие в исследованиях, могут выполнять индивидуальные задания, которые с большей вероятностью привлекут их внимание, будут посвящены интересующей их теме и сформулированы на понятном им языке. Решения, принятые на основе этих исследований, окажут положительное влияние на их бренд и качество обслуживания клиентов.

Кластерный анализ данных является важным методом обработки информации, который может быть применен в различных областях знаний. Он позволяет выделять различные категории и группы в данных, что может быть полезно для выявления скрытых зависимостей и паттернов. Кроме того, кластерный анализ может быть использован для обнаружения выбросов и ошибок в данных, что улучшает качество анализа.

Библиографический список

1. Газанова Н.Ш. Актуальность кластерного анализа данных при обработке информации // Исследования молодых ученых: материалы LXI Междунар. науч. конф. Казань: Молодой ученый, 2023. С. 1-5. URL: <https://moluch.ru/conf/stud/archive/492/18004/> (дата обращения: 09.11.2024).
2. Макшанов А.В. Технологии интеллектуального анализа данных: учебное пособие / А.В. Макшанов, А.Е. Журавлев. 2-е изд., стер. Санкт-Петербург: Лань, 2022. 212 с.

3. Храмов А. Г. Методы и алгоритмы интеллектуального анализа данных: учебное пособие / А.Г. Храмов. — Самара: Самарский университет, 2019. 176 с.

3. Сегментация потребителей с помощью кластерного анализа // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/segmentatsiya-potrebiteley-s-pomoschyu-klasternogo-analiza/viewer> (дата обращения: 10.11.2024).

УДК 330.16

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

*Самодержженкова А.А. бакалавр 4-го курса
Научный руководитель: Губанова Е.В., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье рассмотрена сущность цифрового маркетинга в контексте его влияния на потребительское поведение. Проанализированы каналы и инструменты как главные составляющие цифрового маркетинга.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, потребительское поведение, каналы и инструменты цифрового маркетинга

THE IMPACT OF DIGITAL MARKETING ON CONSUMER CONSUMPTION

*Samoderzhenkova A. A. bachelor's degree of the 4th year
Supervisor: E. V. Gubanova, Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The article examines the essence of digital marketing in the context of its impact on consumer consumption. Channels and tools as the main components of digital marketing are analysed.

Keywords: digital marketing, consumer consumption, digital marketing channels and tools

Понимание поведения потребителей – это главное достижение сторонников маркетинга. Если бренд может в полной мере понять, чего хочет и что нравится его аудитории, он может создавать персонализированные коммуникации и даже продукты. С момента появления концепции потребления бренды искали способы влиять на поведение целевой аудитории. Ранее односторонний характер традиционных маркетинговых методов практически не позволял брендам напрямую оценивать поведение пользователей. Им приходилось полагаться на рынок, чтобы принимать или отвергать их продукцию, и многие фирмы тратили много денег на неэффективные маркетинговые технологии для повышения продаж. Впоследствии они оказывались бесполезными. Однако в настоящее время, благодаря распространению Интернета и прогрессу в области цифровых маркетинговых стратегий, у организаций открылись новые горизонты для бизнеса, позволяя им быть более гибкими в условиях быстро меняющегося рынка.

Согласно Шевченко Д.А., цифровой маркетинг – это «целенаправленный, ориентированный на конверсию процесс продвижения продуктов и услуг с использованием цифровых каналов» [1, с. 8].

Иными словами, цифровой маркетинг влияет на взаимодействие людей, их работу, покупки и привычки посредством коммуникации бренда в Интернете. Это способ воздействовать на поведение потребителей и их решения о покупке.

Как уже было отмечено ранее, цифровые каналы являются частью цифрового маркетинга. Они охватывают широкий спектр платформ и стратегий, которые помогают компаниям достигать желаемой аудитории, позволяя брендам эффективно общаться, рекламировать свои продукты или услуги, а также развивать и поддерживать отношения с клиентами. Рассмотрим основные каналы цифрового маркетинга.



Рисунок 1. Каналы digital-маркетинга [2, с.1400].

1. Всемирная глобальная сеть (интернет). Интернет превратился в основной канал получения данных для многих пользователей. В настоящее время, перед тем как сделать покупки и воспользоваться определенной услугой, потребители используют поисковые системы. Исходя из результатов, они принимают решения о приобретении и использовании товаров и услуг.

2. Цифровое телевидение. В последние годы цифровое телевидение вытесняет традиционные аналоговые модели и все чаще взаимодействует с Интернетом. Рекламный контент традиционно сводился к коротким видеороликам с комментариями, например, сопровождающим короткие видеоролики, демонстрируемые во время рекламных пауз.

3. Мобильные устройства. Количество пользователей мобильных телефонов растет ежедневно, и предполагается, что этот тренд продолжит свое развитие в течение следующего периода времени. В связи с этим целесообразнее демонстрировать рекламные материалы исключительно пользователям мобильных устройств. Благодаря методам геолокации, при которых данные о расположении применяются для более точных предложений товаров и услуг, уровень обслуживания покупателей способен непрерывно повышаться.

4. Локальные сети. Небольшие местные платформы, которые используются для местного продвижения через тизеры и нативные сети. Яндекс – самый популярный пример локальной рекламной сети.

5. Умные гаджеты. Количество гаджетов с интеллектуальными функциями ежегодно увеличивается. Крупнейшие компании технологической сферы активно работают над разработкой и продвижением собственных продуктов, таких как интеллектуальные колонки, предоставляя тем самым рекламодателям дополнительную возможность взаимодействия с целевой аудиторией.

6. Интерактивные экраны. Основным элементом канала составляют клипы или рекламные блоки. Как правило, в торговых комплексах обычно находятся маркетинговые интерактивные дисплеи, которые способны служить источником справочных данных либо привлекать клиентов к недавно появившимся предложениям.

7. Digital art. Форма искусства, которая предполагает использование технологий для создания и воссоздания произведения искусства с помощью гаджетов.

При создании надежной стратегии цифрового маркетинга для бизнеса также необходимо учитывать методы цифрового маркетинга, которые приносят наибольшую отдачу. Рассмотрим некоторые из них.

Таблица 1– Инструменты цифрового маркетинга

Big Data	Обработка сверхбольших данных позволяет маркетологам прогнозировать будущие тенденции. Используя прогнозную аналитику, компании могут предвидеть потребности рынка, оптимизировать ценовые стратегии и выявлять потенциальные возможности для роста.
Email-маркетинг	Этот метод является эффективным инструментом для улучшения отношений с клиентами, повышения узнаваемости бренда и увеличения продаж. Компании могут использовать его, чтобы

	делиться обновлениями о своих продуктах или услугах, отправлять уникальные предложения.
Таргетированная реклама	Это мощный инструмент, позволяющий компаниям охватить определенную аудиторию, интересующуюся их продуктами или услугами. Создавая гостевые посты или спонсируя контент в этих блогах, можно эффективно размещать рекламу для заинтересованной и релевантной аудитории.
Поисковая оптимизация SEO	SEO является одной из лучших методов воздействия на поведение людей. Большинство людей используют Яндекс или аналогичные поисковые системы для сбора информации, и большинство из них не заходят дальше первой страницы результатов поиска. Следовательно, очень важно, чтобы ваш бренд был виден на первой странице, и, возможно, даже на первых нескольких ссылках на странице результатов.
Контент-маркетинг	Это метод, направленный на создание, публикацию и распространение полезного, привлекательного контента среди целевой аудитории в Интернете. Одним из ключевых преимуществ контент-маркетинга является то, что можно заниматься им практически при любом бюджете.
AI маркетинг	Организации, применяющие технологии искусственного интеллекта, обладают весомым преимуществом по сравнению с теми, кто этого не делает. Искусственный интеллект становится ключевым инструментом для улучшения рабочих процессов и повышения результативности маркетинговых подходов.

Важно отметить, что именно взаимодействие каналов и инструментов цифрового маркетинга позволяет организациям добиться успеха. Рассмотрим примеры нескольких отечественных успешных компаний:

1. В первом квартале 2024 года российская инвестиционно-технологическая корпорация VK повысила свои доходы на 24% по сравнению с аналогичным периодом 2023 года, достигнув отметки в 33,8 миллиарда рублей.

Таблица 2 –Результаты операционных сегментов за первый квартал 2024 г.

	Социальные платформы и медиаконтент	Образовательные технологии	Технологии для бизнеса	Экосистемные сервисы и прочие направления	Неаллоцируемые и элиминации ВГО	Группа
Выручка, млрд руб.	22,1	4,7	1,8	5,4	(0,1)	33,8
Год к году, %	21,9	36,3	55,2	11,5	-	24,0

Доходность ключевого подразделения VK, включающего социальные платформы и медиаконтент, увеличилась на 21,9%, достигнув суммы 22,1 миллиарда рублей в первом квартале 2024 года. Таргетированная реклама сыграла ключевую роль в достижении этого успеха, что, в свою очередь, способствовало росту количества потенциальных клиентов. Выручка подразделений «Образовательные технологии» и «Бизнес-технологии» увеличилась на 36% и 55% соответственно благодаря контент-маркетингу, о чем свидетельствует увеличение прибыли в указанных филиалах. Искусственный интеллект улучшил маркетинговую активность компании, способствуя росту сегмента «Экосистемные сервисы и прочие направления» на 11,5%, что составило 5,4 млрд руб.

2. ВТБ является одним из главных финансовых учреждений в Российской Федерации. Он приступил к использованию методов искусственного разума для анализа обращений клиентов посредством автоматизированной системы диалога. Использование искусственного интеллекта наблюдается в голосовых ассистентах службы поддержки клиентов банка, будь то по телефону или через другие каналы связи. Эти системы искусственного интеллекта были введены в эксплуатацию и начали функционировать с конца 2023 года. По сравнению с обычным роботом, искусственный разум обладает возможностью более точно интерпретировать высказывания и

запросы пользователей. Его главная цель состоит в обеспечении своевременного и точного реагирования на обращения пользователей [5].

3. Т-Банк-российский коммерческий банк, ориентированный на удаленное клиентское обслуживание. С применением технологий больших данных и искусственного интеллекта, финансовое учреждение исследует рынок и предвидит его изменения, а также создает маркетинговые стратегии для привлечения клиентов с персонализированными предложениями. Использование статистического анализа на базе данных существенно повышает точность маркетинговых стратегий, снижая расходы на рекламу и способствуя увеличению дохода [6].

4. Сбербанк является крупнейшим банком в стране. Он применяет Big Data для классификации своих клиентов. Сбербанк обладает знаниями о склонности человека тратить или экономить свои деньги, прибыли юридических лиц - клиентов банка, об уровне их доходов и задолженности по различным регионам страны, а также о доле расходов на конкретные товары и услуги. Банк, проанализировав поведение клиента на рынке, его ежемесячные расходы и траты, помещает его в одну из групп, сгруппированных вместе. Благодаря этому клиенты получают доступ к наиболее подходящим для них банковским услугам, таким как выгодные условия по вкладу и кредиту [4, с.14].

Покупательские привычки становятся все более адаптированными к индивидуализированному контенту цифрового маркетинга, предлагаемому производителями и дистрибьюторами. С помощью современных цифровых технологий организации способны осуществлять более детальный анализ, какие товары вызывают интерес у потребителей, какова степень их вовлеченности и какие различия существуют между разными брендами. В настоящее время поведение покупателей в большей степени определяется цифровым маркетингом и технологиями. Организации, которые акцентируют внимание на использовании цифровых каналов и инструментов, а также исследовании потребностей и предпочтений клиентов, показывают более высокие показатели по доходам и общей прибыли по сравнению с теми, кто этого не делает.

Библиографический список

1. Шевченко Д.А. Цифровой маркетинг: учебник / Д.А. Шевченко. М.: Директ-Медиа, 2022. 185 с.
2. Битаев Г.М., Крылов С.Ю. Особенности digital-маркетинга и тенденции его развития // Экономика и социум. 2019. №5 (60). С.1396-1403
3. Губанова Е.В. Оценка эффективности потребительской лояльности в деятельности организации // Калужский экономический вестник. 2022. №2. С.36-41.
4. Семенов А.В. Применение технологии "Биг дата" в российском банковском секторе // Вопросы российской юстиции. 2019. №4. С.12-18
5. Российское информационное агентство «РИА Новости» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://ria.ru/20240227/intellekt-1929739067.html> (дата обращения: 24.10.2024)
6. Российское информационное агентство «РИА Новости» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://ria.ru/20240820/tbank-1967425105.html> (дата обращения: 24.10.2024)

УДК 339.138

ЭКОНОМИКА ВНИМАНИЯ: КАК МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ БОРЮТСЯ ЗА ВНИМАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ФОРМИРУЮТ НОВЫЕ МОДЕЛИ ЦЕННОСТИ

*Семушкин Д.Ю., магистрант 1-го курса
Научный руководитель: Губанова Е.В., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В данной статье рассматриваются актуальные вопросы экономики внимания. Исследование знакомит с понятием экономики внимания, а также показывает исторический контекст развития данного явления. Также показаны основные игроки на рынке маркетинговых технологий и самые часто используемые и практичные технологии.

Ключевые слова: экономика внимания, цифровая экономика, цифровизация, интернет, интернет-технологии, маркетинг, маркетинговые технологии, экосистема, социальные сети.

THE ECONOMICS OF ATTENTION: HOW MARKETING TECHNOLOGIES COMPETE FOR CONSUMER ATTENTION AND FORM NEW VALUE MODELS

Abstract. This article discusses current issues of the economics of attention. The study introduces the concept of the attention economy, and also shows the historical context of the development of this area. The main players in the market of marketing technologies and the most frequently used and practical technologies are also shown.

Keywords: attention economy, digital economy, digitalization, Internet, Internet technologies, marketing, marketing technologies, ecosystem, social networks.

В современном мире человека окружает большое количество разной информации. Её настолько много, что информационный шум обычно окружает людей от самого пробуждения утром и до отхода ко сну. В такой непростой ситуации компании, конечно, хотели бы заполучить драгоценное внимание потребителей для продвижения именно их продукции, товаров и услуг. Интернет, социальные сети, технологии в виде смартфонов, компьютеров и прочие предоставили возможность в любой момент посмотреть актуальные новости, выбрать одежду в интернет-магазине, изучать интересующую тему и многое другое. Внимание человека сосредоточено на его гаджетах, потому что в них появился целый новый мир – цифровой. Именно поэтому в наши дни идёт борьба за внимание потенциальных покупателей и потребителей. Умелое использование маркетинговых технологий в условиях, когда информационное пространство перенасыщено, а объем контента растет экспоненциально, становится одним из главных конкурентных преимуществ для организаций. Современные пользователи плодов технологического прогресса ежедневно сталкиваются с бесчисленным количеством рекламных сообщений, социальных сетей, видеоконтента и цифровых платформ, где каждая минута взаимодействия становится ценной для бизнеса. Особенно важен этот тренд в России, где цифровая трансформация и рост мобильного интернета привели к активному использованию онлайн-платформ. В таких условиях маркетинговые технологии, включая искусственный интеллект, персонализацию и анализ данных, стали основными инструментами для адаптации к новой "экономике внимания".

Целью данной статьи является изучение вопросов развития экономики внимания в России, внимания потребителей в качестве важного актива для компаний.

Исследователи не пришли к единому умозаключению насчет того, что такое экономика внимания. Но в наиболее широком смысле данный термин трактуется наряду с «информационной экономикой»: внимание является дефицитным ресурсом во времена изобилии информации [1].

Взаимоотношения между производителями контента и его потребителями перевернулись вверх дном. Раньше, до повсеместного развития информационных технологий и интернета, отдельные личности или организации трудились для читателей и зрителей, создавая тексты, изображения и другой контент. А теперь миллионы писателей, копирайтеров и художников трудятся ради внимания зрителя, который лишь поверхностно может оценить проделанную работу в силу отсутствия у него времени.

Так, ученый в области социальных, политехнических и экономических наук Герберт Саймон впервые высказался о возможных последствиях такой ситуации. Он полагал, что богатство информации – это дефицит того, что информация потребляет. А потребляет она ни что иное, как внимание своих зрителей. В науке же термин «экономика внимания» закрепился лишь после выступления Майкла Голдхабера на конференции по экономике цифровой информации в 1997 году.

Видно, что исследователи уже во второй половине 20 века видели тренды, порожденные развитием технологий и глобальной индустриализацией. Однако постиндустриальная (информационная) экономика привела к небывалому росту ценности человеческого внимания, за который готовы бороться крупные корпорации, государства и медиа.

Кратко рассмотрим исторический контекст развития цифровых технологий в современной России. Во-первых, с 2019 по 2023 года в России произошел рост оборота рынка интернет-рекламы с 304 до 678 млрд. руб. В основном рост приходился на период после 2020 года, то есть пандемии Covid-19. Люди были вынуждены оставаться дома, а привычные походы в магазины превратились в просмотр лент маркетплейсов и социальных сетей. Аудитория стала проводить гораздо больше времени в интернете даже после снятия всех пандемийных ограничений.

В целом с начала пандемии Covid-19 цифровые технологии в РФ сильно развились, что обуславливается растущей потребностью в удаленной работе, дистанционном образовании,

онлайн-торговле. Всё это, конечно, привело к резкому увеличению числа пользователей интернета, социальных сетей [2; 3]. Благодаря им отследить внимание пользователей стало гораздо проще.

В мире аудитория интернета в 2022 году выросла до 5,16 млрд. чел. (64,4% населения Земли), а за год количество пользователей приросло на 98 млн. чел [10]. Из всех глобальных пользователей 92% выходят в интернет посредством мобильных телефонов против 65,6%, пользующихся десктопами и ноутбуками. Среднее по миру время, проводимое человеком в интернете составляет 6 ч. 37 мин., что составляет почти 30% от времени в сутках. Очевидно, современный человек проводит почти 1/3 жизни в цифровой среде. Всё это говорит об огромном и быстрорастущем рынке для цифровой рекламы и маркетинга. Возможности изучения и применения экономики внимания как никогда велики и постоянно развиваются вместе с интернет-технологиями.

Применительно России, в 2023 году интернет-пользователи составляли 83% населения страны (101,4 млн. чел.), а пользовались интернетом каждый день около 81% граждан (98,3 млн. чел.) [8]. Что примечательно, почти 100% населения в младших возрастных группах, а их время в интернете составляет 6 часов в день и более. В среднем российский пользователь проводит в интернете примерно 4 часа в день в 2023 году, а на состояние августа 2024 года – 5 часов в день.

Большими шагами в РФ развиваются крупные корпорации, создающие целые экосистемы: Яндекс, VK, Сбер, МТС и другие. Делается это, конечно, для удержания внимания клиентов, ведь чем больше услуг они могут получить «не отходя от прилавка», тем больше денег принесут компании. Кроме этого, внутри собственных экосистем организациям проще отслеживать не просто количество просмотр веб-страниц, объявлений, рекламы, но узнавать, на сколько секунд человек задержал своё внимание в момент показа. Это также стало возможным и благодаря развитию Big Data, искусственного интеллекта. Вместе они помогают находить самые сложные закономерности на огромных выборках данных.

Здесь также следует добавить, что вышеперечисленные компании активно расширяли подписочную систему. Одни из главных преимуществ подписок для пользователей является возможность получения бонусов и накопления баллов. За их счет происходит стимулирование удержания пользователей внутри экосистемы и сервисов. Один из лидеров в этом плане – Яндекс. С начала 2022 года и по второй квартал 2023 количество подписок «Яндекс.Плюс» выросло на 11,3 млн. чел. и составило 23,5 млн. чел. Для сравнения, прирост подписок у Сбер Прайм и МТС Premium за тот же промежуток времени составил 2,2 и 5,2 млн. чел. соответственно, а аудитория подписчиков во втором квартале 2023 г. – 6,1 и 14 млн. чел [7]. Таким образом, благодаря системам подписок корпорации монетизируют внимание пользователей. Отказ людей от подписки одной организации в пользу другой буквально означает потерю контроля над его вниманием. Ведь если клиент пользуется одной экосистемой, вряд ли он будет оформлять подписки на другие.

Сегодня у компаний есть несколько основных направлений в развитии маркетинговых технологий с упором на захват внимания потребителей:

- персонализация контента;
- таргетинг и ретаргетинг;
- анализ данных и искусственный интеллект.

Персонализация контента является неотъемлемой частью почти любого сервиса. Очевидно, что если изучить предпочтения клиента и показывать ему тот контент, те вещи и продукты, которые будут ему интересны, то это принесет большой экономический эффект для организации. Время от просмотра рекламы до совершения покупки сильно сократится, ведь потенциальному покупателю покажут именно то, что его максимально заинтересует.

Платформы в наши дни анализируют предпочтения пользователей на основе их действий, покупок, просмотров и на основе этого выдают более подходящий контент. Кроме этого, персонализация также работает и через инфлюенсеров – компании покупают рекламу в подкастах, телеграмм каналах, чтобы попасть в более узкую аудиторию, которая нужна для продвижения продукции. Кроме этого, персонализация влияет на восприятие бренда клиентами. Отношения с брендами – это по большей степени эмоции. Чем лучше опыт взаимодействия с площадкой, тем чаще покупатель будет возвращаться. 78% покупателей будут рекомендовать магазин своему окружению и возвращаться в него снова, если по отношению к ним будет применен индивидуальный подход [4].

Сильно заинтересованы в персонализации контента маркетплейсы, ставшие неотъемлемой частью жизни современного человека, особенно в России. Сектор электронной коммерции

занимает около 4% от всего потребления медиа в РФ: в марте 2023 года маркетплейсы занимали 3,3% от всего интернет-потребления, остальные интернет-магазины - 0,2%.

Площадки готовы инвестировать большие деньги в развитие маркетинга, в частности, в улучшение персонализации и индивидуальных предложений. В июне 2024 года маркетплейс Wildberries объявил об объединении с оператором наружной рекламы Russ [7]. Для чего, казалось бы, нужно такое слияние? Всё просто: маркетплейс нацелен на захват внимания аудитории. Конечно, это не единственный стимул к слиянию. Однако, основной целью является «создание цифровой платформы». Если всё пойдет по плану, то на российском рынке следует ожидать появления нового игрока, действующего в финансовом, медийном и торговом секторах экономики, а также в области интернет-технологий и рекламы. Так, Wildberries сможет собирать данные о покупках, просмотрах и внимании пользователей, а это позволит зарабатывать больше в будущем.

Перейдем к технологиям таргетированной рекламы. Они находят целевую аудиторию по заданным критериям с помощью специальных инструментов и методологий. Для отобранной по необходимым параметрам аудитории показываются объявления на основе её интересов. Благодаря такому подходу компании распоряжаются рекламными бюджетами более эффективно.

Как правило, таргетированная реклама актуальна в социальных сетях и мессенджерах (VK, OK, Telegram и др.). В 2023 году число пользователей социальных сетей выросло до 4,9 млрд. чел., а в течение 2024 г. и следующих трех лет ожидается рост до 5,85 млрд. чел.

Краеугольным камнем в маркетинговых технологиях становятся Big Data и искусственный интеллект. Они помогают в определении скрытых тенденций и связей, в создании контента, улучшении клиентского опыта и оптимизации рекламных компаний.

Специалисты в области маркетинга находятся в постоянном взаимодействии с большим объемом информации, т.е. с большими данными. Для того, чтобы их анализировать и делать правильные выводы, компании разрабатывают целые стратегии. Для внедрения работы с Big Data используют: междепартаментные рабочие группы (они объединяют специалистов разных направлений); проектные группы и стартапы, которые могут предложить новейшие инструменты работы с большими данными; переход от сложных систем обработки к визуализации; вводятся новые должности, например, директор по маркетинговым или цифровым технологиям.

Использование и внедрение Big Data в маркетинге дает компаниям следующие выгоды [3]:

- возможность лучше понять портрет целевой аудитории;
- предсказывание реакции потребителей на те или иные предложения и продукты;
- персонализация рекламных сообщений;
- возможность создания более эффективного цифрового маркетинга и рекламных компаний в целом и др.

Видно, что технологии работы с большим количеством данных востребованы, как никогда. Это подтверждает и статистика, приведенная ранее: огромное количество людей проводит в цифровой среде значительную часть своего времени, а это порождает большое количество информации.

Роль искусственного интеллекта маркетинговых технологий значительна. В целом ИИ прекрасно дополняет технологии анализа больших данных, он упрощает и ускоряет многие аналитические процессы. В частности, его используют в решении различных задач [5]:

1. Индивидуализация предложений. Обученным системам достаточно просто анализировать данные о покупках, т.к. они, как правило, хорошо структурированы. Например, Hoff и Эльдорадо уже успешно используют ИИ для целей индивидуализации торговых предложений.

2. Предиктивная аналитика. Тесно связана с предыдущим пунктом, но также позволяет прогнозировать действия потребителей для поднятия конверсий, выявлять скрытый потенциал и упрощает сегментацию покупателей.

3. Коммуникация с клиентами. Искусственный интеллект прекрасно встраивается в различных чат-ботов, через которых компании могут общаться с потребителями, присылать им интересные предложения и пр.

4. Генерация контента. Специально обученные нейросети помогут сохранить уйму времени, генерируя изображения, тексты и видео, которые раньше создавали люди.

Таким образом, видно, что технологии в сфере маркетинга и рекламы в наши дни нацелены на захват и удержание именно внимания клиентов. Чем больше будет заинтересован человек, тем

больше вероятность продать ему товар или услугу. Основные технологии направлены на сбор пользовательских данных и их дальнейший анализ с целью создания полноценных портретов целевых аудиторий, когортного анализа и кластеризации, наиболее эффективных маркетинговых кампаний.

Крупные корпораций в сфере IT находятся в процессе постоянного создания новых сервисов, программ лояльности и целых экосистем, чтобы внимание клиентов не выходило за рамки именно их продуктов. Именно поэтому многие техногиганты внедрили подписочные системы. С помощью них они могут быть уверены, что после привлечения покупателя один раз, он намного проще вернется за покупкой и в последующие разы.

Всё описанное не было бы возможно без развития техники, интернет-технологий и цифровой экономики. Уже в 2022 году более 60% населения земли пользовалось интернетом, а люди уделяют ему достаточно большую часть своего дневного времени. Конечно, в связи с этим появились возможности для изучения поведения и внимания потребителей и в сфере маркетинга. Используя их, бизнес получает конкурентное преимущество, а потребители – более уникальные и выгодные предложения.

Библиографический список

1. Гилязова О.С., Замощанский И.И., Конашкова А.М. Экономика внимания в контексте специфики новых медиа: причины и факторы участия пользователей // Культура и цивилизация. 2020. № 10. С. 294-302.
2. Губанова Е.В., Хлгатын И.Г. Феномен homo digitals // Калужский экономический вестник. 2022. № 2. С. 42-46.
3. Семушкин Д. Ю. Тенденции цифровизации в России и мире: анализ и сравнение // Устойчивое развитие регионов в современных условиях модернизации финансово-экономического образования. Калуга. 2023. С. 216-221.
4. Симакина М.А. Особенности использования технологий Big Data в маркетинге // Бюллетень науки и практики. 2020. № Т. 4, № 6. С. 255-260.
5. Слицкая А.Е. Применение искусственного интеллекта в маркетинге // Практический маркетинг. 2023. № 12. С. 77-80.
6. Интернет в России в 2022-2023 годах / [Электронный ресурс] // Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации : [сайт]. URL: <https://digital.gov.ru/ru/documents/9417/> (дата обращения: 10.11.2024).
7. Крупнейшие российские экосистемы 2023-2024 / [Электронный ресурс] // Spectr : [сайт]. URL: files.com/654b88d46d88c15f2b58ee8f/658aa80edd7c62ee2cc11fcc_Spekt%20Экосистемы%202023-2024.pdf (дата обращения: 09.11.2024).
8. Медиапотребление 2024 / [Электронный ресурс] // Mediascope : [сайт]. URL: 9df7qzkq0gf238bidh3xv/Медиапотребление%202024_HAT_27.08.2024.pdf (дата обращения: 10.11.2024).
9. Wildberries объединяется с Russ / [Электронный ресурс] // Коммерсантъ : [сайт]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6774476> (дата обращения: 11.11.2024).
10. Digital 2023: The Russian Federation / [Электронный ресурс] // DataReportal : [сайт]. URL: [digital-2023-the-russian-federation](https://www.datareportal.com/reports/digital-2023-the-russian-federation/) (дата обращения: 13.11.2024).

Секция 3. Цифровизация и математическое моделирование в трансформации финансово-экономического образования

УДК 004.056

АКТУАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ЗАЩИТЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ

Абрамова А.С., студент 3-го курса

*Научный руководитель: Пономарёв С.В., к.физ.-мат.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, г. Калуга*

Аннотация. В данной статье содержится рассмотрение самых популярных программ для обеспечения информационной безопасности на предприятии, а также выявлена самая оптимальная и актуальная программа.

Ключевые слова: информационная безопасность, программа, приложение, мониторинг, анализ, отзывы.

CURRENT TOOLS FOR PROTECTING INFORMATION SYSTEMS

Annotation. This article contains a review of the most popular programs for ensuring information security at the enterprise, and also identifies the most optimal and relevant program.

Keywords: information security, program, application, monitoring, analysis, reviews.

В наше время на любом предприятии очень важно сохранять конфиденциальность данных организации. Зачастую разглашение любой приватной информации, а также коммерческих тайн, приводит к наступлению юридической ответственности, ухудшению репутации предприятия в целом, а также к потере прибыли, а это значит – к убыткам. Однако, в случае с утечкой данных все сложнее: защитить себя заранее гораздо выгоднее и проще для фирмы, нежели заниматься поиском виновных. Во избежание подобных ситуаций организации прибегают к различным профессиональным средствам, а именно, к программам и приложениям для обеспечения информационной безопасности.

Как и упоминается выше, организации очень часто прибегают к специальным программным обеспечениям, так как это экономит время, силы и облегчает работу для системных администраторов. Им больше не приходится вручную отслеживать все утечки, что позволяет сконцентрироваться на остальных задачах и эффективно их выполнить.

Одними из самых популярных программ являются:

1. AlienVault USM Anywhere [1] – это программа, которая работает на единой облачной платформе, позволяющая прогнозировать потенциальные угрозы в базах данных. Она включает в себя различные специальные датчики, которые централизуют сигналы и предоставляют всё необходимое для ликвидации возможных угроз. Сама программа достаточно проста в использовании, всё самое необходимое размещено на компактной и минималистичной панели управления. Всего можно увидеть пять основных функций: обнаружение сторонних проникновений, мониторинг изменений, оценка уязвимости, сбор данных и анализ действий. Данная программа достаточно популярна и на сайте под названием G2 имеет около 124-х положительных отзывов и оценку 4,7.

2. IBM QRadar SIEM [2] – это программа, которую преподносят, как и виртуальное, и аппаратное устройство, позволяющее обеспечить полную видимость всех доступных активных сетей и их пользователей. Сама платформа была создана на базе IBM, что существенно смогло повлиять на разнообразие функционала данной программы, так как IBM изначально задумана как создатель программного обеспечения и провайдер глобальных информационных сетей. IBM QRadar SIEM включает в себя анализ, передачу, сбор информации о потоках и активах, а также безопасное хранение. На сайте ROI4CIO программа имеет 369 положительных отзывов и оценку 4,8.

3. Splunk [3] – это самая новая платформа из всех представленных в этом списке, сейчас она постепенно набирает популярность на рынках многих стран. В список её функций входит: предотвращение несанкционированного доступа к базам, анализ рисков, сбор информации об угрозах и сбоях в системе, и при появлении потенциальных опасностей мониторинг за ними, а также составление регулярных отчётов в реальном времени. Среди отзывов на сайте Habr пользователи проводят сравнительные характеристики Splunk с другими приложениями и программами, где выделяют быстроедействие и возможность подстроить интерфейс под себя. 196 положительных отзывов на сайте Habr, оценка 4,7.

4. LogRhythm [4] – это приложение, способное быстро выявлять и предотвращать потенциальные угрозы. Все данные хранятся в структурированном виртуальном хранилище, а все мониторинги проводит искусственный интеллект. Среди отзывов на сайте ANTI-MALWARE присутствует 107 положительных отзывов, как оказалось, большинство пользователей подкупает стильный, минималистичный, а главное – удобный дизайн, а также быстроедействие программы. Оценка 4,5. 5. EveryTag [5] – это программа, которая маркирует данные и отслеживает все последующие действия с ними: копирование, удаление, пересылка и т.д. Этот метод позволяет обнаружить конкретного человека, который как-либо повлиял на утечку данных или стал её причиной. На сайте kickdler можно встретить много положительных отзывов, около 98, но и среди

них есть негативные, которые считают, что программа слишком узконаправлена и её функционал объективно маловат. Оценка 4,2.

6. Sumo Logic [6] – это приложение, которое представляет собой некий журнал, где администратор может отследить ошибки системы, отчёты по устранению угроз и неполадок, а также о посторонних вмешательствах в базы данных. Хочется отметить, что вся эта информация может быть преподнесена и в виде графика, и в виде таблицы и даже диаграммы. По данным сайта sumologic можно отметить, что приложение всё ещё набирает свою популярность, но тем не менее уже признано очень эффективным в области информационной безопасности. 76 отзывов, оценка 4,6.

Данные программы и приложения — это лишь часть самых популярных утилит для обеспечения информационной безопасности на предприятии, не каждая может подойти определенному предприятию, всё зависит от того, какие функции в большей степени интересуют клиента.

Выбирая для себя определенную программу компания должна обратить внимание на многие критерии:

1. Комплексный подход. Программа должна охватывать все аспекты информационной безопасности: физическую, организационную и техническую безопасность.

2. Соответствие стандартам и нормативам. Программа должна соответствовать международным и национальным стандартам (например, ISO/IEC 27001, GDPR и др.).

3. Управление инцидентами. Наличие четкого плана ответа на инциденты безопасности, включая процедуры уведомления и восстановления.

4. Контроль доступа. Система управления должна предоставлять доступ с учетом ролей и обязанностей пользователей.

5. Шифрование данных. Использование современных методов шифрования для защиты конфиденциальной информации как в хранении, так и при передаче.

6. Безопасность поставщиков и партнеров. Оценка безопасности цепочки поставок, включая третьих лиц и партнеров.

7. Обновление и поддержка. Регулярные обновления программного обеспечения и систем безопасности, чтобы обеспечить защиту от новых угроз.

Этих критериев достаточно много. Чем выше у компании запрос на какую-либо утилиту, тем больше критериев фирма выдвигает, тем самым существенно сокращает для себя ассортимент возможных программ.

Если опираться исключительно на отзывы и объём предоставляемых функций программ, которые приведены в данной статье, то самой актуальной и востребованной на сегодняшний день среди всех утилит является IBM QRadar SIEM. Она хорошо справляется со своей основной задачей – сохранностью информационной безопасности, что означает для организации успешную и надёжную деятельность.

Библиографический список

1. AlienVault USM (from AT&T Cybersecurity) Reviews 2023: Details, Pricing, & Features | G2 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.g2.com/products/alienvault-usm-from-att-cybersecurity/reviews>
2. IBM SECURITY QRadar SIEM [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://roi4cio.com/catalog/product/ibm-security-qradar-siem>
3. Splunk — общее описание платформы, базовые особенности установки и архитектур/Харб [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://habr.com/ru/company/tssolution/blog/323814/>
4. LogRhythm NetworkXDR - Функции, отзывы и цена [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.anti-malware.ru/products/logrhythm-networkxdr>
5. Топ-9 программ для повышения информационной безопасности: SIEM, DLP, СУРБ, антивирусы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.kickidler.com/ru/info/luchshie-programmyi-dlya-informacionnoj-bezopasnostidlya-biznesa.html?ysclid=lfpyajxx5663012203>
6. Cloud Log Management, Monitoring, SIEM Tools | Sumo Logic [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.sumologic.com/>

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Вельбык У.А. бакалавр 2-ого курса
Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., профессор
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. В статье были рассмотрены вопросы о внедрении цифровых технологий в налоговую систему Российской Федерации. Автором были раскрыты особенности налогового администрирования в современных условиях и были изучены проблемы развития цифровизации налоговой политики. В нынешних экономических условиях Российской Федерации система налогообложения нуждается в обновлении и адаптации. Так, активное внедрение цифровых технологий в налоговую политику может увеличить уровень налогов, поступаемых в бюджет страны, а также уменьшить риски по уклонению налогообложения. Особое внимание уделяется налогообложению цифровой экономики, которая приобретает всё большее значение.

Ключевые слова: цифровая экономика, налоговая система, налогообложение, перспективы развития, цифровые технологии.

DIGITAL TRANSFORMATION OF TAX POLICY IN RUSSIA: TRENDS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Velbyk U.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

Annotation. The article discusses the implementation of digital technologies in the tax system of the Russian Federation. The author reveals the peculiarities of tax administration in modern conditions and examines the problems of digitizing tax policy. In the current economic climate of the Russian Federation, the taxation system requires updates and adaptations. Thus, the active introduction of digital technologies in tax policy could increase the level of tax revenues into the country's budget and reduce the risks of tax evasion. Special attention is given to the taxation of the digital economy, which is becoming increasingly important.

Keywords: digital economy, tax system, taxation, development prospects, , digital technology.

В настоящее время всё большую роль играет цифровизация, которая становится все более значимой, охватывающая разнообразные сферы общественных отношений. Учитывая масштабное внедрение цифровых технологий во все сферы жизни, возникает необходимость в законодательных изменениях, так как законодатели стремятся усматривать необходимость соответствия законодательства современным тенденциям развития общественных отношений.

Новые информационные технологии значительно трансформировали различные области жизни, что, в свою очередь, затронуло и налоговую систему России. Сфера налогообложения, являясь важной частью государственного устройства, имеет огромное значение, так как скорость развития государства зависит от того, насколько налоговая система соответствует современным требованиям общественных отношений. Это, в конечном счете, влияет на улучшение жизненного уровня граждан [2].

Рассмотрим понятие «цифровая экономика» в целом, чтобы лучше разобраться в теме «цифровизация налоговой политики».

Цифровая экономика представляет собой современную экономическую систему, в которой основное внимание уделяется использованию цифровых технологий. Это означает, что все аспекты бизнеса, экономики, общества и культуры основываются на информационных и вычислительных методах. Важнейшей характеристикой цифровой экономики является её зависимость от интернета и других форм цифровых коммуникаций [3].

Одной из наиболее значительных сторон цифровой экономики является интеграция цифровых технологий в разные области, в том числе налоговый сектор, что существенно влияет на качество и результативность управления налогами. Использование онлайн-сервисов и платформ облегчает процедуру уплаты налогов и дает возможность контролировать отчетные данные лиц, обязанных платить налоги, следовательно, улучшается функционирование налоговых учреждений. Так, в Федеральной налоговой службе РФ были разработаны свыше 50 разнообразных интернет-сервисов и платформ, которые объединены в систему налогообложения, предоставляя

возможность налогоплательщикам получать требуемые услуги без обязательной посещаемости налогового ведомства. Налогоплательщики могут зарегистрировать свой бизнес, выплатить налоги, извлечь данные из реестров и т.д. Такие изменения значительно упрощают взаимодействие граждан и бизнеса с государственными органами, делая его более удобным и эффективным.

В настоящее время одной из ведущих систем в области налогового администрирования является автоматизированная информационная система "Налог-3", которая способствует эффективной работе налоговых органов.

С применением цифровых технологий в налоговой политике значительно изменился процесс налоговых проверок физических и юридических лиц, при котором уклонение от налогов становится крайне невыгодным. Современные технологии и инструменты помогают налоговым органам автоматически выявлять операции с высоким налоговым риском, то есть выявлять тех налогоплательщиков, кто может попытаться избежать уплаты налогов. Кроме того, введение инноваций в налоговую сферу способствует повышению прозрачности действий, как со стороны налогоплательщиков, так и со стороны налоговых органов. Это, в свою очередь, создает более здоровую бизнес-среду и способствует развитию экономики в целом [1].

Рассмотрим одну из главных цифровых систем ФНС РФ - АСК-НДС (автоматизированная система контроля налога на добавленную стоимость). Основной задачей этой системы является контроль уплаты НДС и выявление недобросовестных налогоплательщиков, связанных с неуплатой налогов или частичной уплатой. В этом программном комплексе осуществляется анализ не только налоговых деклараций контрагентов, но и учетных книг покупок и продаж каждого участника, что значительно упрощает деятельность налоговых органов. Кроме того, эта система оказывает не прямое, а косвенное воздействие на увеличение поступлений от налога на прибыль в бюджеты субъектов Российской Федерации.

Цифровая трансформация налоговой системы России показала впечатляющий рост поступлений в консолидированный бюджет Российской Федерации за 2022 год. По сравнению с 2021 годом, доходы увеличились на 52,3%, достигнув 2 364,7 млн. рублей. Это значительный скачок, обусловленный ростом поступлений по всем основным налогам. В частности, поступления по НДС выросли в 1,7 раза (на 513,5 млн. рублей), по налогу на прибыль организаций – в 1,5 раза (на 96,9 млн. рублей), а по НДФЛ – на 32,9% (на 163,5 млн. рублей). Рост поступлений страховых взносов на обязательное социальное страхование составил 109,1% (на 106,8 млн. рублей), достигнув 1 283,2 млн. рублей. Эти впечатляющие результаты не случайны. Они являются прямым следствием масштабной цифровой трансформации Федеральной налоговой службы (ФНС России), начатой в последние годы (рисунок 1):

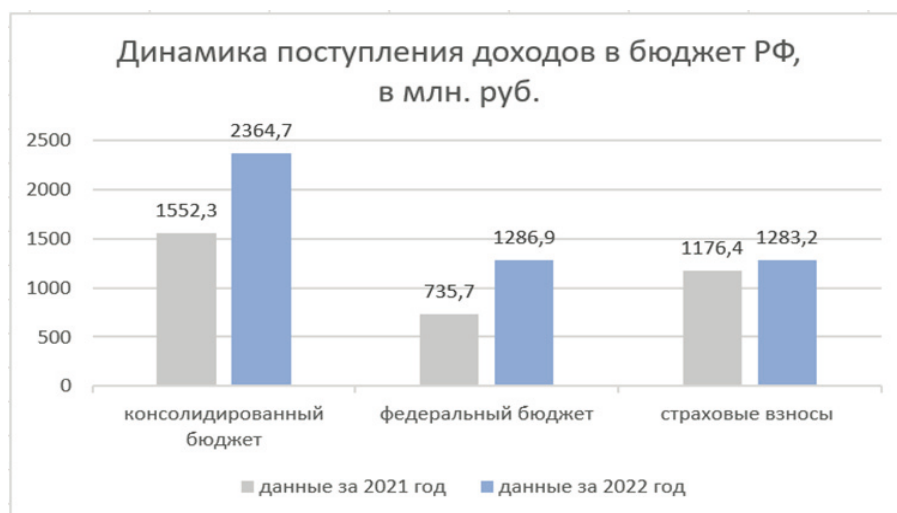


Рисунок 1. Динамика поступления доходов в бюджет РФ за период 2021-2022 гг.

Новая система мониторинга финансовых потоков между счетами как юридических, так и физических лиц предоставляет возможности для более тщательного контроля. Ожидается значительное повышение эффективности отслеживания транзакций, что позволит детально проанализировать перемещение капитала на каждом этапе. В результате можно не только установить факт уплаты налога на добавленную стоимость, но и определить точные суммы,

которые были уплачены. Создание цепочек транзакций помогает выявить как взаимозависимые, так и фиктивные компании, что в свою очередь способствует борьбе с недобросовестными практиками в финансовой сфере [4].

Ключевую роль в процессе цифровизации сыграло внедрение автоматизированных информационных систем (АИС) «Налог-3» и «АСК НДС-2». Как показывает статистика, после их запуска налоговый разрыв по НДС резко сократился: с 8% в 2015 году до 2% в 2016 году, стабилизировавшись затем на уровне 1% (рисунок 2):



Рисунок 2. Динамика налогового разрыва по НДС за период 2015–2022 гг.

Успехи ФНС России подтверждаются и ведомственной программой цифровой трансформации на 2021-2023 годы. Главная цель программы – повышение удовлетворенности граждан и бизнеса за счет предоставления современных и удобных государственных услуг, в том числе в цифровом формате. Это не только улучшает качество жизни граждан, но и способствует снижению административной нагрузки на бизнес, стимулируя экономический рост. Программа направлена на дальнейшую автоматизацию процессов, совершенствование контроля и анализ налоговых потоков, что позволит в будущем еще более эффективно администрировать налоговые поступления и обеспечивать пополнение государственного бюджета. Также одной из важных задач программы является обеспечение безопасности данных и защита от киберугроз, что особенно актуально в условиях растущей цифровизации. [5]

Цифровизация налоговой политики в России представляет собой важное направление, которое способно существенно изменить взаимодействие между налоговыми органами, налогоплательщиками и бизнесом в целом. Так, мы можем рассмотреть некоторые перспективы развития цифровизации налоговой политики РФ:

- 1) Образование и подготовка кадров- для эффективной реализации цифровой налоговой политики необходимо развивать квалификацию кадров, способных работать с новыми технологиями.
- 2) Интеграция с другими государственными системами - взаимодействие налоговых органов с другими государственными структурами (например, таможней и статистикой) через единые цифровые платформы повысит эффективность всей системы управления.
- 3) Cybersecurity (кибербезопасность)- с ростом цифровизации возрастает потребность в обеспечении защиты данных налогоплательщиков, что требует внедрения современных решений в области кибербезопасности.

Цифровизация налоговой политики имеет как положительные так и отрицательные черты. Так, негативными сторонами могут стать:

1. Увеличение уязвимости киберугроз: атаки хакеров на налоговые системы могут привести к утечке данных и компрометации конфиденциальной информации налогоплательщиков.
2. Сложность для старшего поколения: люди пожилого возраста могут испытывать трудности с освоением новых технологий и интерфейсов, что затрудняет им выполнение налоговых обязательств.
3. Ошибки в автоматизированных системах: автоматизация процессов может приводить к

ошибкам в расчетах и выставлении налоговых требований, что вызывает недовольство налогоплательщиков.

4. Проблемы с конфиденциальностью данных: хранение данных налогоплательщиков в цифровом формате требует соблюдения строгих норм защиты персональной информации.

Кроме того, существует ряд проблем, которые могут помешать полному внедрению цифровых технологий в налоговую политику [1]:

- Недостаточная инфраструктура – некоторых странах или регионах может отсутствовать необходимая технологическая инфраструктура, что ограничивает возможности для внедрения цифровых решений;

- Нехватка квалифицированных специалистов – для успешного внедрения цифровых технологий требуется наличие специалистов в области ИТ, которые могут разрабатывать и поддерживать соответствующие системы;

- Недофинансирование – на некоторые сервисы выделяют по несколько миллионов, но к сожалению, этого недостаточно для полноценной работы программ.

Дальнейшее развитие цифровых технологий в этой сфере, безусловно, будет способствовать дальнейшему росту доходов бюджета и укреплению экономического благополучия страны. Однако успех зависит не только от технических решений, но и от грамотного управления, повышения квалификации специалистов и постоянного мониторинга эффективности проводимых мероприятий.

Таким образом, цифровая экономика и её влияние на налоговую сферу представляют собой важный шаг вперёд в развитии современного общества. Внедрение цифровых технологий не только упрощает процессы, но и делает их более эффективными и прозрачными. В результате этого выигрывают как налогоплательщики, так и государственные органы, что в конечном итоге способствует устойчивому развитию экономики. Важно отметить, что цифровизация — это не конечная цель, а лишь начало нового этапа, который требует постоянного обновления и адаптации к меняющимся условиям. Поэтому государственные органы, бизнес и общество в целом должны работать совместно, чтобы максимально эффективно использовать возможности, которые предоставляет цифровая экономика.

Библиографический список

1. Баранов А.В. Цифровизация налоговой политики: новые вызовы и возможности // Налоговый журнал. 2020. № 3. С. 23–27.
2. Власов И.С. Влияние цифровизации на налоговую систему России // Финансы: теория и практика. 2019. Т. 12. № 4. С. 45–56.
3. Григорьев С.П. Цифровая экономика и налоги. М.: Издательство РГУ, 2021. 198 с.
4. Иванов Т.Е. Цифровизация налогового администрирования // Налоги и налогообложение. 2021. № 2. С. 15–20.
5. Кузнецова М.В. Новые тенденции в цифровизации налоговой политики // Вестник финансового университета. 2022. Т. 17. № 1. С. 101–108.
6. Романова Г.И., Костина О.И. Роль регионального законодательства в развитии налогового потенциала бюджета Калужской области // Калужский экономический вестник. 2020. № 2. С. 59–62.
7. Якуба Н.С., Костина О.И. Цифровая экономика РФ и перспективы ее развития // В сборнике: Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития. сборник научных статей 9-й Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. В 3-х томах. Ответственный редактор А.А. Горохов. 2019. С. 413–417.

УДК 336

РОЛЬ ЦИФРОВИЗАЦИИ В ПОВЫШЕНИИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКИ

*Герасимова А.Н. бакалавр 4-го курса
Научный руководитель: Бушинская Т.В., к.э.н., доцент
Тульский филиал Финуниверситета, Тула*

Аннотация. В работе рассмотрены понятия цифровизация, финансовая грамотность и бизнес-информатика. Раскрыта значимость цифровизации в современном мире, взаимосвязь 3 компонентов. Представлены

примеры проектов для развития цифровой финансовой грамотности. Рассмотрены некоторые технологические разработки и инновации.

Ключевые слова: цифровизация, финансовая грамотность, цифровая финансовая грамотность, бизнес-информатика, блокчейн, искусственный интеллект.

THE ROLE OF DIGITALIZATION IN IMPROVING FINANCIAL LITERACY AND THE EFFECTIVENESS OF BUSINESS INFORMATICS

Gerasimova A. N. bachelor's degree of the 4th year

B: T. V. Bushinskaya, Candidate of Economics, Associate Professor

Tula Branch of the University of Finance, Tila

Abstract. The paper considers the concepts of digitalization, financial literacy and business informatics. The importance of digitalization in the modern world, the interrelation of 3 components is revealed. Examples of projects for the development of digital financial literacy are presented. The article also discusses some new technological developments and innovations in business informatics.

Keywords: digitalization, financial literacy, digital financial literacy, business informatics, blockchain, artificial intelligence.

Цифровизация, финансовая грамотность и бизнес-информатика являются ключевыми терминами и концепциями, которые играют важную роль в современной эпохе. Введение в презентацию по данной теме должно дать четкое определение этих терминов и обосновать их значимость.

Цифровизация – это процесс внедрения цифровых технологий во всех сферах жизни, включая экономику, образование, здравоохранение и государственное управление. Она включает в себя автоматизацию, цифровую трансформацию и использование современных информационных технологий и инструментов для оптимизации процессов, повышения эффективности и обеспечения инноваций [5].

Финансовая грамотность представляет собой набор знаний, навыков и умений в области финансов, которые позволяют человеку эффективно управлять своими финансами, принимать финансовые решения и понимать основы финансовой системы. Это включает в себя умение составлять бюджет, планировать инвестиции, управлять долгами и разбираться в финансовых инструментах [1].

Бизнес-информатика – это область, которая объединяет знания и методы информатики и управления для разработки и использования информационных систем и технологий в бизнесе. Она помогает организациям оптимизировать процессы, управлять данными, принимать аналитические решения и повышать эффективность своих операций.

Значимость цифровизации в современной эпохе трудно переоценить. Она проникает во все сферы деятельности и общественной жизни, меняет способы работы, коммуникации и взаимодействия. Цифровые технологии обеспечивают доступ к информации, повышают эффективность процессов, способствуют инновациям и развитию бизнеса. Они открывают новые возможности для образования, развития технологических стартапов и улучшения качества жизни людей.

Цифровизация также улучшает доступность финансовых услуг и повышает финансовую грамотность населения. Онлайн-банкинг, электронные платежи и цифровые финансовые платформы делают финансовые услуги более удобными и доступными для всех. Технологии аналитики позволяют людям получать информацию о своих финансах, составлять бюджеты и принимать обоснованные финансовые решения [4].

Цифровизация финансовой сферы приводит к развитию различных онлайн-платформ и ресурсов, которые помогают людям освоить основы финансов и научиться управлять своими средствами. Например, существуют онлайн-курсы и вебинары, которые предлагают подробные материалы и задания по финансовой грамотности. Такие ресурсы позволяют каждому желающему изучать финансы на своем собственном темпе и в удобное для него время.

Цифровые решения играют важную роль в повышении финансовой грамотности молодежи и населения в целом. Они помогают сделать финансовую информацию более доступной и понятной для всех. Благодаря цифровым ресурсам люди могут обучаться и развивать свои финансовые навыки, используя интерактивные инструменты и онлайн-курсы. Это особенно важно для

молодежи, которая растет в цифровой эпохе и привыкла использовать технологии в своей повседневной жизни [3].

Примеры инновационных проектов и платформ для развития финансовой грамотности:

1. "Финансовая грамотность сбербанка" - онлайн-платформа, предоставляющая обучающие материалы по финансовой грамотности для разных возрастных категорий. Пользователи могут проходить тесты и курсы, а также получать персональные рекомендации по улучшению своих финансовых навыков.

2. "SmartFi" - мобильное приложение, которое позволяет пользователям установить конкретные финансовые цели и отслеживать свой прогресс в их достижении. Приложение также предлагает персональные рекомендации по улучшению финансового состояния и инвестированию.

3. "Fincan" - онлайн-платформа, предлагающая уникальные кейсы и задачи для развития финансовой грамотности. Пользователи могут решать реальные финансовые ситуации и получать обратную связь от экспертов в области финансов.

Эти проекты и платформы предоставляют инновационные и удобные способы развития финансовой грамотности. Они помогают людям освоить основы финансов и научиться правильно управлять своими средствами, что имеет положительное влияние на их финансовое благополучие.

Цифровые информационные системы и аналитические инструменты играют важную роль в современной бизнес-инфраструктуре. Они позволяют предприятиям собирать, обрабатывать и анализировать огромные объемы данных, что способствует принятию более обоснованных и эффективных решений. Вот некоторые преимущества:

1. Улучшенное принятие решений: Цифровые технологии позволяют бизнесу оперировать большим количеством данных и получать актуальную информацию в режиме реального времени. Это позволяет улучшить точность и достоверность принимаемых решений, основанных на анализе данных[1].

2. Увеличение операционной эффективности: Цифровые информационные системы позволяют автоматизировать множество операций и бизнес-процессов, что уменьшает ручную работу и возможность ошибок. Это также позволяет оптимизировать использование ресурсов и сократить время выполнения задач.

3. Улучшение взаимодействия с клиентами: Цифровые инструменты, такие как CRM-системы и социальные медиа, позволяют бизнесу лучше понять своих клиентов и их потребности. Это помогает развитию более персонализированных продуктов и услуг, а также сокращает время реакции на запросы клиентов.

4. Более точное прогнозирование и планирование: Аналитические инструменты позволяют бизнесу анализировать прошлые данные и тренды, что помогает в прогнозировании будущих событий и планировании активностей. Это позволяет бизнесу быть более гибким и адаптивным к изменениям на рынке.

В то же время автоматизация бизнес-процессов с использованием цифровых решений значительно улучшает эффективность и результативность работы предприятия. Вот некоторые примеры того, как цифровые решения могут помочь автоматизировать бизнес-процессы и оптимизировать ресурсы:

1. Автоматизация маркетинговых кампаний: Цифровые инструменты, такие как автоматизированные системы управления рекламой и маркетинговыми активами, позволяют легко создавать и запускать маркетинговые кампании, настраивать рекламные каналы и отслеживать эффективность кампаний.

2. Автоматизация операций с поставщиками: Цифровые системы позволяют автоматизировать работу с поставщиками, начиная с процесса закупки и заканчивая учетом поставок и оплатой. Это позволяет сократить время на проведение сделок и минимизировать риски ошибок.

3. Управление персоналом: Цифровые инструменты, такие как системы управления персоналом и системы автоматизации рабочего времени, позволяют эффективно управлять кадрами и оптимизировать графики работы, что увеличивает производительность и удовлетворенность сотрудников.

Цифровые платформы и интернет вещей (IoT) играют ключевую роль в современной цифровизации. Они обеспечивают связь и взаимодействие между людьми, устройствами и системами, что создает новые возможности для бизнеса и повышает эффективность деятельности.

Одной из важнейших тенденций является развитие цифровых экосистем, которые объединяют несколько платформ и сервисов для решения сложных задач. Например, цифровые экосистемы могут включать в себя различные онлайн-платформы, приложения, сервисы и устройства IoT, которые взаимодействуют между собой и обмениваются данными. Это позволяет предприятиям создавать инновационные продукты и услуги, оптимизировать бизнес-процессы и улучшать взаимодействие с клиентами[1].

Еще одной важной тенденцией является рост использования IoT-технологий в различных областях, таких как транспорт, производство, энергетика и здравоохранение. IoT позволяет подключать различные устройства и датчики к сети Интернет, что позволяет собирать и анализировать данные в режиме реального времени. Например, в сфере здравоохранения IoT может использоваться для мониторинга здоровья пациентов, автоматизации медицинских процедур и управления медицинским оборудованием. Финансовая грамотность также эволюционирует в свете цифровизации. С появлением новых технологий и цифровых решений становится все более важным, чтобы люди не только понимали основы финансов, но и умели использовать цифровые инструменты для управления своими финансами.

Новые подходы к обучению финансовой грамотности включают использование онлайн-курсов, мобильных приложений и геймификации. Онлайн-курсы и мобильные приложения позволяют людям изучать финансовую грамотность на своем собственном темпе и в удобное для них время. Геймификация, в свою очередь, использует элементы игры для повышения мотивации и вовлеченности в процесс обучения. Также наблюдается рост популярности финтех-стартапов, которые предлагают инновационные финансовые продукты и услуги, такие как электронные кошельки, платежные системы и онлайн-инвестиции. Эти стартапы часто разрабатывают интерфейсы и решения, которые делают финансовые операции более удобными и доступными для широкой аудитории.

Технологические разработки и инновации в бизнес-информатике продолжают прогрессировать с появлением новых цифровых решений и инструментов. Вот некоторые из них:

1. Искусственный интеллект (ИИ) и машинное обучение: Эти технологии позволяют системам компьютеров анализировать данные, извлекать паттерны и принимать решения на основе обучения из опыта. ИИ и машинное обучение могут быть применены в различных бизнес-процессах, таких как автоматизация, прогнозирование и улучшение взаимодействия с клиентами.

2. Блокчейн: Блокчейн технология позволяет записывать и хранить данные в цепочке блоков, обеспечивая прозрачность, надежность и безопасность. Она может быть использована для предотвращения мошенничества, упрощения процессов проверки и верификации, а также улучшения цепочки поставок и учета.

3. Облачные вычисления: Облачные вычисления позволяют использовать вычислительные ресурсы через Интернет, улучшая гибкость, масштабируемость и доступность для бизнеса. Они также позволяют хранить и обрабатывать большие объемы данных, что полезно для аналитики и хранения информации.

4. Аналитика данных и Big Data: Аналитика данных помогает предприятиям анализировать большие объемы данных и извлекать ценную информацию. Технологии Big Data позволяют обрабатывать, хранить и анализировать структурированные и неструктурированные данные, что полезно для прогнозирования, принятия решений и оптимизации бизнес-процессов. Эти технологические разработки и инновации в бизнес-информатике обеспечивают предприятиям возможность улучшить свою деятельность, повысить эффективность и выйти на новый уровень развития. Они помогают бизнесу адаптироваться к изменяющимся требованиям рынка и использовать цифровые ресурсы для достижения своих целей.

Взаимодействие цифровизации, финансовой грамотности и бизнес-информатики имеет большую значимость для современного общества и бизнеса. Успешная цифровизация требует финансовой грамотности, чтобы люди могли эффективно использовать цифровые ресурсы и инструменты. Бизнес-информатика играет важную роль в оптимизации бизнес-процессов, принятии обоснованных решений и создании инноваций. Взаимодействие этих трех областей способствует развитию конкурентоспособных предприятий, повышению качества жизни людей и развитию экономики в целом.

Библиографический список

1. Дортман С.Р. Финансовая грамотность в условиях новой цифровой реальности [Электронный ресурс] // Вестник экспертного совета. 2022. №1 (28) <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 06.11.2024).

2. Еремина С.Р. Цифровой мир финансовой грамотности [Электронный ресурс] // Образование и воспитание. 2021. №2.1. <https://moluch.ru> (дата обращения: 06.11.2024).
3. Масюк Н.Н., Герасимова А.А., Бушуева М.А. Цифровая финансовая грамотность и цифровые финансовые компетенции в управлении знаниями // Креативная экономика. 2023. Том 17. № 5. <https://elibrary.ru/item.asp?id=53965168> (дата обращения: 06.11.2024).
4. Попова Е.М., Никитина Т.В. Финансовая грамотность в эпоху цифровизации: новые возможности и вызовы [Электронный ресурс] // Финансы и управление. 2021. №2 <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 06.11.2024).
5. Влияние цифровой финансовой грамотности на качество жизни человека [Электронный ресурс] // <https://na-journal.ru> (дата обращения: 06.11.2024).

УДК 303.733.3

ДИНАМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ПО КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Горнова Н.А., бакалавр 2-ого курса
Миронова А.В., бакалавр 2-ого курса
Научный руководитель: *Костенко А.В., к.п.н., доцент*
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация. Тема импортозамещения в политической повестке России не теряет своей актуальности уже более 20 лет. Данный вопрос поднимался сначала в советское время, а позже вернулся и в повестку современной России в начале 2000-х годов. В настоящее время как никогда стала актуальна тема импортозамещения в России. Причиной этому послужило введение рядом зарубежных стран масштабных экономических санкций, а также обострившиеся в связи с этими санкциями проблемы доступа значительного числа российских компаний к необходимым материалам, комплектующим, оборудованию, технологиям и услугам. Осуществленный анализ показателей внешней торговли (импорта и экспорта) на примере Калужской области позволил оценить уровень адаптации региона к условиям импортозамещения и выявить перспективные направления для развития импортной и экспортной торговли в текущей экономической обстановке.

Ключевые слова: импортозамещение, импорт, экспорт, прогноз, экстраполяция.

DYNAMIC ANALYSIS OF IMPORT SUBSTITUTION INDICATORS IN THE KALUGA REGION

Gornova N.A. bachelor's degree of the 2nd year
Mironova A.V. bachelor's degree of the 2nd year
Supervisor: *A.V. Kostenko, Candidate of Pedagogical, Associate Professor.*
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The topic of import substitution in the political agenda of Russia has not lost its relevance for more than 20 years. This issue was first raised during the Soviet era, and later returned to the agenda of modern Russia in the early 2000s. Currently, the topic of import substitution in Russia has become more relevant than ever. The reason for this was the introduction of large-scale economic sanctions by a number of foreign countries, as well as the problems of access of a significant number of Russian companies to necessary materials, components, equipment, technologies and services, which were aggravated in connection with these sanctions. The analysis of foreign trade indicators (import and export) on the example of the Kaluga Oblast allowed us to assess the level of adaptation of the region to the conditions of import substitution and identify promising areas for the development of import and export trade in the current economic environment.

Keywords: import substitution, imports, exports, forecast, extrapolation.

Активно меры по импортозамещению в России стали применяться в середине 2000-х годов, когда государство начало оказывать прямую финансовую поддержку проектам в ряде отраслей с помощью государственных институтов развития, таких как Российский банк развития, Внешэкономбанк и Российская корпорация нанотехнологий. В это время была принята федеральная целевая программа «Национальная технологическая база», одной из задач которой было определено замещение импортной продукции и переход в стадию стабильного роста инновационного активного промышленного производства. В период финансово-экономического кризиса 2008-2010 годов Правительством были приняты масштабные антикризисные меры, так

или иначе связанных с импортозамещением: повышения таможенных пошлин на ввоз отдельных продуктов и стимулирование спроса на отечественную продукцию.

Из-за прогрессирующего ухудшения взаимоотношений в 2014-2016 гг. с рядом зарубежных стран, импортозамещение стало едва ли не главным приоритетом государственной политики. В конце 2014 года был принят закон «О промышленной политике в Российской Федерации», где одной из задач было определено стимулирование субъектов деятельности в сфере промышленности обеспечивать внедрение импортозамещающих технологий. В 2015 году Правительством РФ был утвержден «План первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности», где поддержка импортозамещения обозначалась как ключевое направление деятельности правительства. О масштабах реализованной политики свидетельствует тот факт, что только в течение 2015–2018 гг. на импортозамещение в промышленности было направлено более 1,6 трлн руб. В результате ее реализации, по данным Минпромторга России, доля импортной продукции на внутреннем рынке по промышленным товарам сократилась с 49% в 2014 г. до 38% в 2021 г. [2].

В настоящее время Федеральная таможенная служба России временно приостановила публикацию официальной статистики об объемах импорта и экспорта, чтобы избежать некорректных оценок и спекуляций по поводу внешней торговли Российской Федерации. Последними данными, опубликованными на официальном сайте Росстата, являются данные о внешней торговле за 2021 год. Поэтому за основу для анализа степени импортозамещения в Калужской области мы возьмем показатели импорта и экспорта региона только за 2018-2021, так как они являются официальными и общедоступными. Не смотря на ограниченное количество данных, мы можем все-таки сделать прогноз объемов импорта и экспорта в 2022-2024 гг., так как на наш взгляд данные будут повторять ситуацию 2020-2021 года. В этом случае мы можем использовать один из методов статистического анализа, а именно, экстраполяцию, т.е. нахождение значений признака за пределами анализируемого периода. Для проведения динамического анализа показателей импорта и экспорта Калужской области необходимо рассчитать цепные и базисные абсолютные приросты, цепные и базисные темпы роста, цепные и базисные показатели темпов прироста и вычислить абсолютные значения одних процентов прироста. На основе этих показателей мы сможем сделать выводы об уровне развития процессов импортозамещения в Калужской области и сделать прогнозы методом экстраполяции, рассчитанном на основе среднего темпа роста импорта (значение импорта предыдущего периода, умноженное на средний цепной темп роста) [1].

Таблица 1 – Абсолютные и относительные показатели динамики импорта Калужской области

Год	Импорт, млн. дол. США	Δ_i , тыс. т.		$T_{\text{роста}}$, %		$T_{\text{прироста}}$, %		A_i
		Цепной	Базисный	Цепной	Базисный	Цепной	Базисный	
2018	6004,2	—	—	—	—	—	—	—
2019	6683	678,8	678,8	111,31	111,31	11,31	11,31	60,042
2020	5963,8	-719,2	-40,4	89,23	99,33	-10,76	-0,67	66,83
2021	7527,8	1564	1523,6	126,23	125,38	26,22	25,38	59,638
2022	8130	602,2	2125,8	107,999	135,41	8	35,41	75,278
2023	8699,1	569,1	2694,9	107	144,88	7	44,88	81,3
Средние значения	7168	539,0	539,0	107,697	107,69	7,7	7,69	

Источник: составлено на основе данных Калужстата [4] и данных таможенной статистики [3].

Таким образом, в течение рассматриваемого временного промежутка показатель импорта в Калужской области принял наименьшее значение в 2020 году, снизившись приблизительно на 10,8 % по сравнению с 2019 годом. Отрицательный прирост импорта является в большей степени следствием пандемии коронавируса: локдауны, логистические перебои, ограничения в передвижении, падение производства привели к уменьшению импорта товаров, в том числе и в Калужской области. В 2021 году показатель импорта в Калужской области резко возрос на целых 26,2 % по сравнению с 2020 годом, а его показатель достиг наибольшего значения за рассматриваемый временной промежуток. Данную ситуацию можно рассмотреть как с

положительной, так и с отрицательной стороны. С одной стороны, резкий рост импорта может означать, что регион сумел восстановить внешнеторговые и логистические связи с зарубежными странами, эффективно среагировав на экономические преобразования в условиях пандемии. Однако в данной ситуации увеличение импорта также могло быть вызвано необходимостью закупок определённых товаров, таких как медицинское оборудование, препараты, компьютерной техники для удалённой работы и др., в связи с дефицитом и низким уровнем производства у отечественных изготовителей.

Если говорить о прогнозных значениях, то после произведенных расчетов получилось, что предположительно в 2022 году импорт Калужской области составил 8130 млн.дол, в 2023 – 8699 млн.дол, а в 2024 составит по приблизительным оценкам 9368,9 млн.дол.

Прогноз импорта в Калужской области показан графически на рисунке 1.

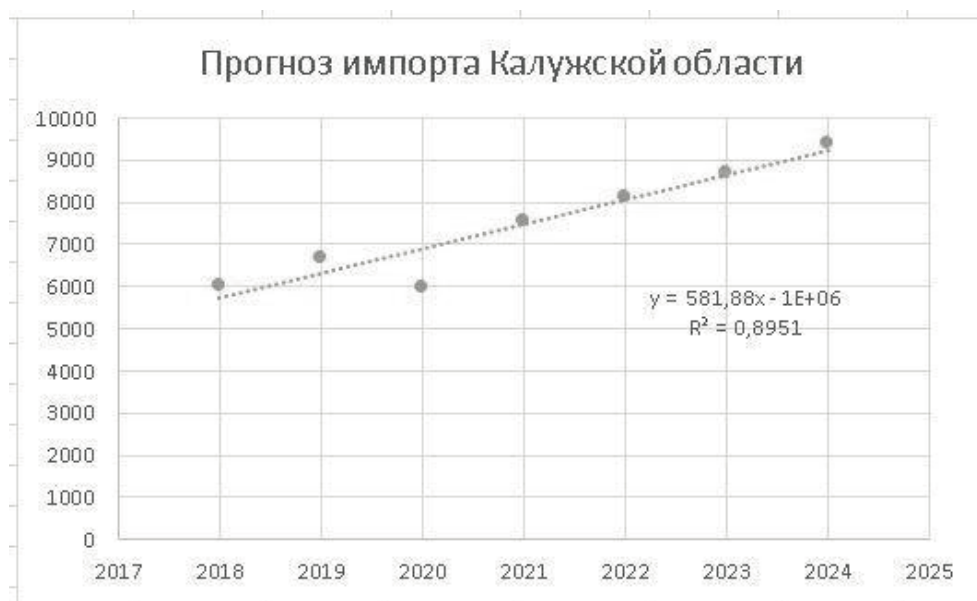


Рисунок 1. График прогноза импорта Калужской области на 2024 год

Согласно прогнозу, показанному на графике, показатель импорта вплоть до 2024 года имеет возрастающую тенденцию. Также предположительно к концу 2024 года объём импорта превысит все предыдущие показатели за выбранный временной интервал. Это может обозначать всё ещё не достаточный уровень самостоятельности отечественного производства в регионе и необходимость закупать определенные товары и производственные инструменты у зарубежных стран по высоким ценам из-за санкционных ограничений.

Для выведения более точного прогноза показателей внешней торговли Калужской области мы рассчитали аналогичные показатели для экспорта, сделали прогноз и построили его график.

Таблица 2 – Абсолютные и относительные показатели динамики экспорта Калужской области

Год	Экспорт, млн.дол. США	Δ_i , тыс.т.		$T_{роста}$, %		$T_{прироста}$, %		A_i
		Цепной	Базисный	Цепной	Базисный	Цепной	Базисный	
2018	1471,7	—	—	—	—	—	—	—
2019	1161,1	-310,6	-310,6	78,895	78,895	-21,105	-21,105	14,717
2020	1027,5	-133,6	-444,2	88,494	69,817	-11,506	-30,183	11,611
2021	1513,3	485,8	41,6	147,280	102,827	47,280	2,827	10,275
2022	1526,9	13,6	55,2	100,899	103,751	0,899	3,751	15,133
2023	1540,7	13,8	69	100,904	104,688	0,904	4,688	15,269
Средние значения	1373,5	13,8	13,8	100,921	100,921	0,921	0,921	

Источник: составлено на основе данных Калугастата [4] и данных таможенной статистики [3].

По данным таблицы 2 в течение рассматриваемого временного промежутка показатель экспорта в Калужской области оказался наименьшим в 2020 году, и в 2019 году также принимал достаточно низкое значение с отрицательным приростом. Это также могло быть вызвано экономическими и транспортными ограничениями в период пандемии, или же вследствие недостаточной гибкости производства в Калужской области в условиях изоляции. Однако в 2021 году показатель прироста экспорта в Калужской области смог принять положительное значение по сравнению с 2020 годом, а его показатель, аналогично показателю импорта, достиг наибольшего значения за данный интервал времени. Таким образом, можно сделать вывод, что после продолжительного спада калужские производители смогли успешно адаптироваться к новым условиям ведения внешней торговли, что привело к успешному импортозамещению и подъёму отечественного производства в регионе. Также наращивание отечественного производства в Калужской области могло быть вызвано необходимостью импортозамещения из-за санкционного давления со стороны ряда зарубежных стран, осуществляемого с 2014 года по настоящее время. Исходя из полученных динамических показателей, можно говорить о начале успешной адаптации региона к санкциям после спада в 2019 и 2020 году.

После произведенных расчетов можно сделать предположение о том, что в 2022 году экспорт Калужской области составил 1527 млн.дол, в 2023 – 1541 млн.дол, а в 2024 составит по приблизительным оценкам 1555 млн.дол.

Прогноз экспорта в Калужской области отражен графически на рисунке 2.

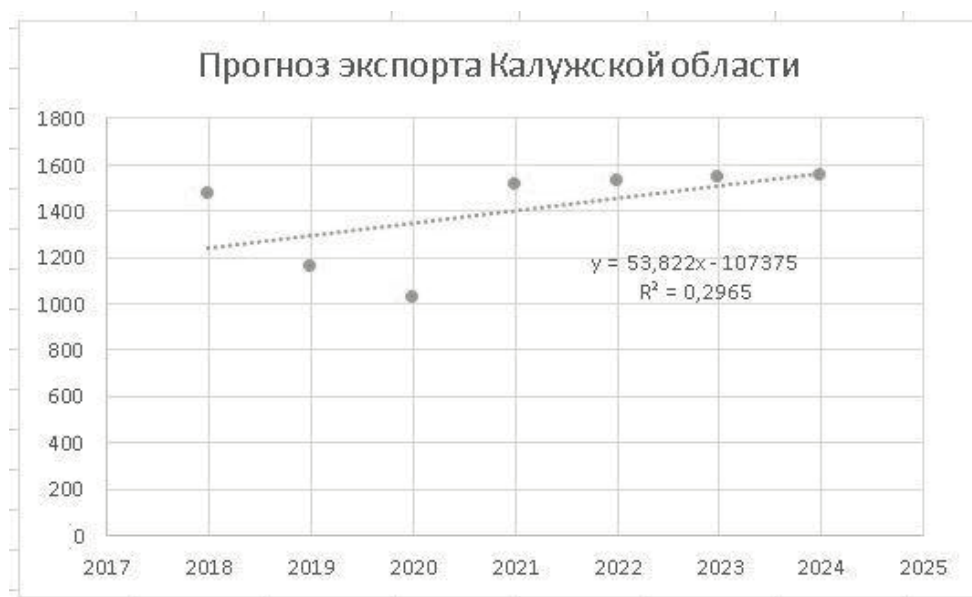


Рисунок 2. График прогноза экспорта Калужской области на 2024 год

Спрогнозировав данные 2022-2024 года, путем построения графика прогноза в MS Excel, мы можем предположить, что экспорт Калужской области вырастет до 1554,5 млн. долларов. Снижение показателя экспорта до начала 2022 года может быть вызвано нестабильной экономической ситуацией, что потребует от государства разработки новейшей и наиболее эффективной программы импортозамещения. Также нисходящая тенденция по прогнозу может объясняться спадом экспорта вплоть до 2021 года за данный промежуток времени. Однако резкий рост экспорта в 2021 году в Калужской области позволяет думать, что государство начало активно принимать меры по развитию производства в регионе, и показатель экспорта имеет достаточно высокие шансы возрасти в будущем.

В результате анализа было выявлено, что Калужская область смогла в короткий срок не только восстановить положительные темпы прироста экспорта, но и увеличить масштабы производства по сравнению с предыдущими годами. Несмотря на санкционное давление и восстановление после пандемии, Калужская область успешно продолжает развивать свою систему производства.

Исходя из представленных данных, можно отметить позитивную динамику в показателях после кризисного периода, что говорит о достаточно высокой эффективности использования ресурсов Калужской области для экспорта в зарубежные страны.

Несмотря на то, что динамика показателей внешней торговли Калужской области в 2018-2021 годах не была достаточно стабильной, регион имеет достаточно высокий экспортный потенциал, который в будущем продолжит оставаться значительным для экономики России.

Подводя итог, следует отметить, что производственный потенциал Калужской области возрастет на мировом рынке, если государство продолжит активно осуществлять меры по стимулированию импортозамещения в области: оказывать финансовую поддержку производственным институтам, повышать государственные гарантии и налоговые льготы для импортозамещающих предприятий, а также активно развивать инфраструктуру региона.

Библиографический список

1. Экономическая статистика. Практикум : учебное пособие / В. Н. Салин, Е. П. Шпаковская, Т. И. Чинаева [и др.] ; под ред. В. Н. Салина, Е. П. Шпаковской. — Москва : КноРус, 2024. — 642 с. — ISBN 978-5-406-12548-9. — URL: <https://book.ru/book/951868> (дата обращения: 14.11.2024). — Текст : электронный.
2. Импортозамещение в российской экономике: вчера и завтра: аналитический доклад / Я. И. Кузьминов, Ю. В. Симачев, М. Г. Кузык, А. А. Федюнина [и др.] ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики» при участии РСПП, Института исследований и экспертизы ВЭБ. — Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2023. — 272 с. — ISBN 978-5-7598-2755-9.
3. Внешняя торговля Калужской области. — Текст: электронный // Центральное таможенное управление : [офиц. сайт]. — 2022. — URL: <https://ctu.customs.gov.ru/metodik/vneshnyaya-torgovlya-sub-ektov-czfo/kaluzhskaya-oblast>. — Дата публикации: 11.03.2022.
4. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Калужской области. — Текст : электронный // Росстат : [офиц. сайт]. — 2023. — URL: <https://40.rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 03.11.2024).

УДК 332.6

О ВЗАИМОСВЯЗИ СРЕДНЕЙ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ И ЦЕНЫ НА НЕДВИЖИМОСТЬ В КАЛУГЕ

Игнахина Е.В., бакалавр 1-го курса

*Научный руководитель: И.В. Дробышева, профессор, доктор педагогических наук,
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация: В данной статье анализируется корреляция между средней заработной платой и ценами на жилье эконом класса в Калуге за последние пять лет. На основе анализа данных от различных застройщиков и с использованием корреляционного анализа Пирсона, исследование проверяет гипотезу о прямой зависимости между ростом заработной платы и ценами на недвижимость. Кроме корреляционного анализа, динамика изменений оценивается методом вычисления относительных изменений. Выводы исследования имеют практическую значимость для оценки доступности жилья и позволяют заложить основу для будущей разработки модели прогнозирования цен на недвижимость и выбором программы кредитования.

Ключевые слова: средняя заработная плата, цена на недвижимость, взаимосвязь, корреляция по Пирсону, стоимость жилья.

ON THE RELATIONSHIP BETWEEN AVERAGE WAGES AND REAL ESTATE PRICES IN KALUGA

Ignakhina E.V., Bachelor of the 1st year

*Scientific supervisor: I.V. Drobysheva, Professor, Doctor of Pedagogical Sciences,
Kaluga Branch of the Financial University, Kaluga*

Abstract: This article analyzes the correlation between average wages and economy class housing prices in Kaluga over the past five years. Based on the analysis of data from various developers and using Pearson's correlation analysis, the study tests the hypothesis of a direct relationship between wage growth and real estate prices. In addition to correlation analysis, the dynamics of changes is estimated by calculating relative changes. The findings of the study are of practical importance for assessing housing affordability and allow laying the foundation for the future development of a model for forecasting real estate prices and choosing a loan program.

Keywords: average salary, real estate price, relationship, Pearson correlation, housing cost.

Рынок недвижимости играет важную роль в экономике и оказывает значительное влияние на её развитие. Его роль «обусловлена необходимостью удовлетворения потребностей общества в жилых и нежилых помещениях, долей сектора в ВВП государства, мультипликативным эффектом воздействия на смежные отрасли и т. д.» [2]. Цены на недвижимость являются важным

показателем состояния рынка. Их динамика определяется множеством факторов, среди которых месторасположение объекта, тип дома, спрос и предложение, экономическая ситуация и другие. Ситникова Н.С. [3] объединила все факторы в две группы: физические и экономические. Среди факторов второй группы эксперты отмечают такие, как заработная плата, доходы населения, налоги, цены на строительные материалы и др. Вопрос влияния заработной платы и доходов на цены на квартиры стал объектом исследования для многих ученых и экономистов. Так, Котляр Л.В., Хайруллин А.Х., анализируя доходы населения и стоимость недвижимости в 2003-2006 году в г. Набережные Челны, выдвинули гипотезу, что рост в регионе доходов напрямую связан с ростом спроса на жилье, что, в свою очередь, способствует увеличению его стоимости [2, с. 67]. Анализ экономической ситуации в Татарстане в рассматриваемый авторами период характеризуется стабильным ростом среднедушевого дохода. С 2003 по 2006 год он увеличился более, чем в два раза. В настоящее время в связи с изменяющейся демографической ситуацией, стабильным ростом заработной платы, с одной стороны, и нестабильностью подушевого дохода населения, с другой стороны, актуальной становится проблема выявления взаимосвязи между динамикой средней заработной платы и ценой на недвижимость.

В соответствии с классификацией, разработанной в 2013 году представителями Российской Гильдии Риэлторов и Фонда развития жилищного строительства (РЖС), выделяют четыре класса жилья: «эконом», «комфорт», «бизнес» и «премиум». Так как подавляющее число потенциальных покупателей жилья – это молодые семьи со средним уровнем дохода, наиболее востребованными, являются квартиры эконом класса. Сказанное обусловило выбор квартир эконом класса для проведения анализа и выявления обозначенной выше взаимосвязи.

Исследование включало проведение поквартального анализа взаимосвязи цен на недвижимость и средней зарплаты в городе Калуга за период 2019-2024г.г. Выбор данного периода обусловлен наличием нескольких причин, влияющих как на стоимость недвижимости, так и заработную плату населения. Это ситуация в сфере недвижимости в 2019-2020гг., обусловленная пандемией, стабильный этап 2021 года и этап скачка в стоимости недвижимости, обусловленный СВО и экономическими санкциями в отношении России в 2022-2024гг. Проблема, подлежащая решению, включала две части. Это, во-первых, проверка наличия взаимосвязи между ценами на недвижимость и средней заработной платой населения. Во-вторых, сравнение и установление взаимосвязи между изменениями цены на недвижимость и средней заработной платой населения.

Для проведения анализа и решения поставленной проблемы была выбрана группа компаний – застройщиков недвижимости эконом класса (ЖК «Веснушки», ЖК «Семейный», ЖК «Кошелёв проект», ЖК «Молодежный», ЖК «Малиновка 2»). В данной работе представим результаты проведенного анализа, как в целом по выбранным компаниям, так и по отдельным из них. Это жилые комплексы «Веснушки» и «Семейный». ЖК «Веснушки» представляет собой крупный микрорайон в городе Калуга, расположенный на правом берегу реки недалеко от центра города. Это один из крупнейших микрорайонов Калуги. На данный момент в микрорайоне построено 19 жилых домов. В микрорайоне также есть школа и детский сад. В ближайшее время планируется строительство торгового центра и площадки для скейтбордистов. Микрорайон «Веснушки» оснащён собственной котельной, что обеспечивает независимость жильцов от сторонних поставщиков коммунальных услуг. Микрорайон отличается хорошей транспортной доступностью и развитой инфраструктурой. Застройщик предлагает широкий выбор квартир в красивых домах. Жилой комплекс «Семейный» представляет собой современное и комфортабельное жилое пространство, расположенное в экологически благоприятном районе города – Турынино 3. Комплекс обладает развитой социальной инфраструктурой и благоустроенной территорией. Транспортная доступность жилого комплекса «Семейный» обеспечивает удобное сообщение с центром города, путь занимает всего 10 минут.

В таблице 1 представлены данные о средней заработной плате населения, а также стоимости квадратного метра площади, как в домах обозначенных выше застройщиков, так и в целом по застройщикам эконом класса в г. Калуга в период с 2019г. по 2024г.

Таблица 1 – Динамика средней заработной платы и стоимости квадратного метра жилой площади эконом класса

Период	Средняя заработная плата	Стоимость 1м ² ЖК "Веснушки"	Стоимость 1м ² ЖК "Семейный"	Средняя стоимость 1м ² в ЖК эконом класса
--------	-----------------------------	--	--	--

1 квартал 2019	37 906,50 ₽	44 209,19 ₽	52 810,36 ₽	48 509,77 ₽
2 квартал 2019	41 646,17 ₽	44 103,40 ₽	54 196,93 ₽	49 150,17 ₽
3 квартал 2019	39 950,37 ₽	43 783,05 ₽	54 416,83 ₽	49 099,94 ₽
4 квартал 2019	44 712,63 ₽	44 533,94 ₽	54 278,71 ₽	49 406,32 ₽
1 квартал 2020	40 827,23 ₽	45 181,98 ₽	54 658,92 ₽	49 920,45 ₽
2 квартал 2020	42 923,83 ₽	45 344,61 ₽	55 868,67 ₽	50 606,64 ₽
3 квартал 2020	42 816,80 ₽	45 571,05 ₽	57 862,45 ₽	51 716,75 ₽
4 квартал 2020	47 623,73 ₽	47 533,11 ₽	61 245,51 ₽	54 389,31 ₽
1 квартал 2021	44 553,90 ₽	49 456,93 ₽	62 848,76 ₽	56 152,84 ₽
2 квартал 2021	47 188,17 ₽	49 904,93 ₽	60 807,81 ₽	55 356,37 ₽
3 квартал 2021	47 590,60 ₽	49 955,02 ₽	61 061,00 ₽	55 508,01 ₽
4 квартал 2021	47 508,17 ₽	50 753,60 ₽	64 739,83 ₽	57 746,71 ₽
1 квартал 2022	51 965,90 ₽	58 944,52 ₽	70 640,61 ₽	64 792,57 ₽
2 квартал 2022	52 192,00 ₽	70 558,17 ₽	76 958,53 ₽	73 758,35 ₽
3 квартал 2022	52 201,00 ₽	73 669,74 ₽	79 982,61 ₽	76 826,18 ₽
4 квартал 2022	52 412,43 ₽	73 423,05 ₽	79 877,60 ₽	76 650,32 ₽
1 квартал 2023	57 222,13 ₽	75 933,36 ₽	83 426,36 ₽	79 679,86 ₽
2 квартал 2023	57 795,07 ₽	80 802,97 ₽	83 571,33 ₽	82 187,15 ₽
3 квартал 2023	60 278,37 ₽	82 342,16 ₽	84 522,31 ₽	83 432,24 ₽
4 квартал 2023	59 140,17 ₽	86 039,36 ₽	86 188,16 ₽	86 113,76 ₽
1 квартал 2024	67 619,40 ₽	86 548,55 ₽	89 870,88 ₽	88 209,72 ₽
2 квартал 2024	66 819,40 ₽	89 179,75 ₽	91 772,27 ₽	90 476,01 ₽

На рисунке 1 эти данные представлены в графической форме. Сравнение средней заработной платы населения и стоимости квадратного метра площади, как у отдельных застройщиков, так и в целом у застройщиков квартир эконом класса, показывает их взаимосвязь.



Рисунок 1 – Динамика средней заработной платы и стоимости квадратного метра недвижимости

Гипотеза, подлежащая проверке, состоит в том, что рост заработной платы связан с увеличением стоимости квадратного метра. Анализ информации, представленной в графической форме, позволяет увидеть, что периоды возрастания средней заработной платы сопровождаются ростом цен на квадратный метр. Это наблюдение позволяет сформулировать гипотезу о наличии статистически значимой взаимосвязи между этими двумя показателями.

Для проверки гипотезы по формуле
$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$
 был вычислен коэффициент корреляции Пирсона. [4] В контексте решаемой задачи x – вектор средних квартальных зарплат по Калуге, y – вектор цен квадратного метра площади, n – число сравниваемых периодов (кварталов).

В таблице 2 представлены результаты промежуточных вычислений и значения коэффициента корреляции между средней заработной платой и ценой квадратного метра недвижимости как в целом по застройщикам квартир эконом-класса в Калуге, так и ЖК «Веснушки» и ЖК «Семейный».

Таблица 2- Расчеты данных для получения коэффициента корреляции Пирсона (по жилой недвижимости эконом класса)

Застройщик	$\sum x$	$\sum y$	$\sum xy$	$\sum x^2$	$\sum y^2$	r
ЖК эконом класса						
ЖК «Веснушки»						
ЖК «Семейный»						

Значение коэффициента корреляции по Пирсону, равное 0,9931, означает плотную связь между средней заработной платой и ценой квадратного метра площади. Таким образом, можно утверждать, что одним из факторов роста в Калуге цен на недвижимость является повышение среднего уровня заработной платы.

Для оценки взаимосвязи между изменениями цены на квадратный метр площади и изменениями заработной платы были рассчитаны поквартальные относительные изменения этих величин.

Относительные изменения заработной платы и цены квадратного метра, представленные в графической форме на рис.2, позволяют увидеть существенный рост изменений заработной платы по отношению к изменениям цены на квадратный метр площади в 2023 и 2024гг. Сравнение изменений цены квадратного метра площади в 2023-2024гг. показывает, что эта величина стабилизируется и ее значение в среднем составляет 2%.

В то же время значение коэффициента Пирсона, равное 0,186, позволяет утверждать, что изменение заработной платы не влияет существенным образом на изменение стоимости квадратного метра. Эти три факта свидетельствуют о том, что настоящий момент не является оптимальным для приобретения недвижимости.



Рисунок 2 – График относительных изменения средней заработной платы и изменения стоимости квадратного метра в эконом-классе.

Проведенное исследование, посвященное взаимосвязи средней заработной платы и цен на жилье эконом-класса в Калуге за 2019-2024, подтверждает наличие корреляции между этими двумя показателями. Применение корреляционного анализа Пирсона и метода относительных изменений позволило выявить, как динамика заработной платы влияет на стоимость недвижимости.

Полученные результаты свидетельствуют о том, что рост доходов населения, как правило, сопровождается повышением цен на жилье эконом сегмента. Это открывает перспективы для

разработки более точных моделей прогнозирования цен на недвижимость, учитывающих социально-экономические факторы, и создает инструментарий для оптимизации выбора программы кредитования, ориентированного на покупательскую способность населения.

Библиографический список

1. Королева А.М. Роль рынка недвижимости в экономике государства / А. М. Королева // Общество: политика, экономика, право. 2016. С. 71-73.
2. Котляр Л.В., Хайруллин А.Х. Доходы населения, как один из факторов влияющих на стоимость недвижимости / Л. В. Котляр, А. Х. Хайруллин // Современные наукоёмкие технологии. 2006. № 8. С. 65-68.
3. Кульков А.В. Влияние средней заработной платы и прожиточного минимума на стоимость жилья на примере города Смоленска / [Электронный ресурс] // Синергия Наук : [сайт]. URL: <http://synergy-journal.ru/archive/article0623> (дата обращения: 16.11.2024).
4. Саломан А. Корреляция Пирсона: Понимание математики, лежащей в основе взаимосвязей / Саломан А. [Электронный ресурс] // mindthegraph : [сайт]. URL: <https://mindthegraph.com/blog/ru/pearson-correlation/> (дата обращения: 18.11.2024).

УДК 519.22

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА МОНТЕ-КАРЛО ДЛЯ ОЦЕНКИ ВЕРОЯТНОСТИ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕВОЙ ДОХОДНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОРТФЕЛЯ

Ильин А.И. бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Никаноркина Н.В., доцент, канд.пед.наук
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье исследуется применение метода Монте-Карло для оценки вероятности достижения целевой доходности инвестиционного портфеля. Применяются методы вычисления средней доходности и стандартного отклонения, основанные на исторических данных акций, что позволяет провести реалистичное моделирование и анализ рисков. Программа, реализованная на языке Python, позволяет пользователю настроить ключевые параметры симуляции и получить оценку вероятности.

Ключевые слова: метод Монте-Карло, инвестиционный портфель, целевая доходность, Python, моделирование.

APPLICATION OF THE MONTE CARLO METHOD TO ASSESS THE PROBABILITY OF ACHIEVING THE TARGET RETURN OF AN INVESTMENT PORTFOLIO

Ilin A.I. bachelor's degree of the 2nd year

*Supervisor: Nikanorkina N.V., Docent, Candidate of Pedagogical Sciences
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. This article explores the application of the Monte Carlo method to estimate the probability of achieving the target return of an investment portfolio. The methods for calculating the average return and standard deviation based on historical stock data are used, which allows for realistic modeling and risk analysis. The program, implemented in Python, allows the user to configure key parameters of the simulation and obtain a probability estimate.

Keywords: Monte Carlo method, investment portfolio, target return, Python, modeling.

Метод Монте-Карло является одним из самых мощных и универсальных инструментов математического моделирования, позволяющих решать широкий спектр задач. Его основная идея заключается в применении случайных чисел для моделирования процессов, которые невозможно точно описать с помощью детерминированных моделей. Этот метод широко используется в физике, химии, инженерии, биологии и, конечно же, в экономике и финансах для описания процессов и явлений, имеющих вероятностную природу. С его помощью можно анализировать сложные системы, прогнозировать будущее поведение и оценивать вероятность различных сценариев.

Метод получил своё название благодаря аналогии с азартными играми, распространёнными в Монако, так как сам процесс моделирования напоминает броски костей или вращение рулетки, где результат зависит от случайности. Исторически он появился в середине XX века в рамках Манхэттенского проекта, где учёные, такие как Стэнислав Улам и Джон фон Нейман, использовали его для решения задач ядерной физики. С тех пор метод Монте-Карло

значительно расширил области своего применения и стал неотъемлемой частью современной аналитики.

В сфере финансов метод Монте-Карло применяется для анализа рисков, моделирования доходности портфелей и оценки вероятности выполнения тех или иных целей инвестирования. Например, при построении инвестиционного портфеля инвестору важно понимать, какова вероятность достижения заданной доходности при наличии риска, связанного с волатильностью активов. Такой анализ невозможен без использования вероятностных моделей, и метод Монте-Карло предоставляет инструменты для их реализации.

Основной задачей данной работы является построение программного инструмента для оценки вероятности достижения заданной доходности портфеля акций с использованием исторических данных. Программа разработана на языке Python и позволяет пользователю выбрать нужные акции, указать целевую доходность и задать количество симуляций. В основу алгоритма положены реальные исторические данные, что позволяет построить более реалистичную модель.

В статье рассматриваются теоретические и практические аспекты применения метода Монте-Карло, описывается разработанный алгоритм, а также демонстрируются результаты экспериментов.

Метод Монте-Карло предполагает многократное случайное моделирование возможных исходов для оценки вероятности события. В данном исследовании метод используется для определения вероятности того, что инвестиционный портфель достигнет или превысит определённую целевую доходность. Применение этого метода требует данных о доходности акций и их стандартном отклонении, чтобы рассчитать возможные варианты итоговой доходности с учётом их исторической волатильности.

Основные этапы применения метода включают:

1. Генерацию случайных значений доходности для каждой акции, основываясь на её среднегодовой доходности и стандартном отклонении.
2. Определение итоговой доходности портфеля в зависимости от долей акций.
3. Сравнение результата с целевой доходностью и оценка доли успешных симуляций.

Таким образом, чем больше число симуляций, тем более точной будет оценка вероятности достижения целевой доходности.

Для реализации задачи были выбраны следующие методы и инструменты:

1. Библиотека «`finam-export`» для Python, используемая для получения данных о российских акциях, включая цены закрытия.
2. Средства математического моделирования с использованием `numpy` для генерации случайных значений на основе нормального распределения.
3. Tkinter для создания графического интерфейса, позволяющего пользователю вводить параметры симуляции.

Программа состоит из двух частей:

1. `main.py` – создаёт интерфейс для пользователя с помощью «`tkinter`» и запускает симуляцию
2. `data.py` – использует библиотеку «`yfinance`» для получения актуальных данных по акциям, а также для обработки исторических изменений акций.

Модуль `main.py` на базе Tkinter создаёт графический интерфейс, позволяя пользователю ввести символы акций, целевую доходность и количество симуляций. Далее программа получает данные от `data.py`, запускает метод Монте-Карло и выводит результат.

Основные функции в данном модуле это `monte_carlo_portfolio_simulation` (продемонстрирована на рисунке 1) и `run_simulation` (продемонстрирована на рисунке 2).

Первая отвечает за выполнение указанного количества симуляций методом Монте-Карло, а вторая, в свою очередь, собирает параметры, запускает симуляцию и отображает результаты. В этом же модуле расписан интерфейс программы с использованием библиотеки «Tkinter».

```

def run_simulation():
    try:
        # Получение данных из полей ввода
        stock_symbols = entry_symbols.get().split(", ")
        target_return = float(entry_target_return.get())
        trials = int(entry_trials.get())

        # Получение данных об акциях
        stock_data = data.fetch_stock_data(stock_symbols)
        portfolio = [stock_data[symbol.strip()] for symbol in stock_symbols]

        # Выполнение симуляции
        probability = monte_carlo_portfolio_simulation(portfolio, target_return, trials)
        result_text.set(f"Вероятность достижения доходности выше {target_return * 100}%: {probability:.2%}")
    except Exception as e:
        messagebox.showerror("Ошибка", f"Произошла ошибка: {e}")

def monte_carlo_portfolio_simulation(portfolio, target_return, trials):
    success_count = 0
    for _ in range(trials):
        portfolio_return = 0
        for stock in portfolio:
            asset_return = np.random.normal(stock["mean"], stock["std_dev"])
            portfolio_return += asset_return * stock["weight"]
        if portfolio_return > target_return:
            success_count += 1
    estimated_probability = success_count / trials
    return estimated_probability

```

Рисунок 1. Функция, содержащая в себе алгоритм каждой симуляции и функция, отвечающая за сбор информации из полей ввода и запуск симуляций

Рассмотрим второй модуль – data.py. В нем находится одна функция `fetch_stock_data` (можем увидеть на рисунке 3), которая принимает в себя значение переменной `stock_symbols` из `main.py` (индексы интересующих нас акций). С помощью «yfinance» программа обращается к сервису «Yahoo! Finance» для получения актуальных данных по акциям, расчёта их среднегодовой доходности и стандартного отклонения на основе дневной доходности.

```

def fetch_stock_data(stock_symbols):
    """
    Получает данные для заданных символов акций, такие как средняя доходность, стандартное отклонение и доля в портфеле.

    Аргумент:
        stock_symbols: список символов акций

    Возвращает:
        Словарь с данными по акциям.
    """
    stock_data = {}

    for symbol in stock_symbols:
        # Загружаем исторические данные (цены закрытия) за последний год
        data = yf.download(symbol, period="1y")['Adj Close']

        # Рассчитываем дневную доходность и среднегодовую доходность
        daily_returns = data.pct_change().dropna()
        mean_return = daily_returns.mean() * 252 # Приводим к годовому значению (252 торговых дня)
        std_dev = daily_returns.std() * (252 ** 0.5) # Годовое стандартное отклонение

        # Записываем данные для символа акции
        stock_data[symbol] = {
            "mean": mean_return,
            "std_dev": std_dev,
            "weight": 1 / len(stock_symbols) # Наивная доля, если портфель равновзвешенный
        }

```

Рисунок 2. Функция, взаимодействующая с библиотекой «yfinance»

Подводя итоги, мы можем отметить, что программа позволяет моделировать доходность портфеля, учитывая случайные колебания цен акций. Например, при целевой доходности 10% и большом количестве симуляций вероятность достижения цели может варьироваться от 30% до 60% в зависимости от состава портфеля и рыночных условий. Программа может быть полезна для аналитиков и инвесторов, так как помогает оценить риски и принять более обоснованные решения.

Метод Монте-Карло, реализованный на Python, является мощным инструментом для оценки вероятности достижения целевой доходности портфеля финансовых активов. В рассмотренной модели при оценке вероятности достижения целевой доходности портфеля учитывались только среднегодовая доходность и стандартное отклонение доходности акций. Однако отметим, что помимо указанных числовых характеристик может еще учитываться корреляция между акциями или могут использоваться более сложные стратегии управления рисками, что определяет перспективы дальнейшей работы в выбранном направлении. Разработка алгоритмов реализации таких моделей будет полезной в реальных инвестиционных сценариях.

Библиографический список

1. Интерактивные финансовые данные в 20 строках кода [электронный ресурс]. URL: <https://habr.com/ru/articles/507954/> (дата обращения: 14.11.2024).
2. Метод Монте-Карло (ММК) [электронный ресурс]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Метод_Монте-Карло (дата обращения: 14.11.2024).
3. Михайлов Г.А. Статистическое моделирование. Методы Монте-Карло: учебное пособие для вузов / Г.А. Михайлов, А.В. Войтишек. Москва: Издательство Юрайт, 2024. 323 с. URL: <https://urait.ru/bcode/540819> (дата обращения: 14.11.2024).

УДК 338.48

ОЦЕНКА ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ КАЛУЖСКОГО РЕГИОНА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

*Карапетян А.Г., Варагян О.Г., бакалавр 2-го курса
Научный руководитель: Костенко А.В., профессор к.п.н.
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация: В статье "Оценка динамики развития Калужского региона в сфере туризма" проведен анализ текущего состояния и динамики развития туристической сферы Калужского региона. Рассматриваются ключевые факторы, влияющие на туристическую привлекательность региона. В работе используются статистические данные, что позволяет выявить как позитивные моменты, так и проблемы, с которыми сталкивается туристическая отрасль.

Ключевые слова: туризм, Калужская область, туристическая фирма, динамика развития, туристическая привлекательность, туристический поток.

ASSESSMENT OF THE DYNAMICS OF DEVELOPMENT OF THE KALUGA REGION IN THE SPHERE OF TOURISM

*Karapetyan A.G. Varagyan O.G. , 2nd year Bachelor's degree
Scientific supervisor: Kostenko A.V., Professor Ph.D.
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract: The article "Assessment of the dynamics of the Kaluga region's development in the field of tourism" analyzes the current state and dynamics of the development of the Kaluga region's tourism sector. The key factors influencing the tourist attractiveness of the region are considered. The work uses statistical data, which allows us to identify both positive aspects and problems faced by the tourism industry.

Keywords: tourism, Kaluga region, travel company, development dynamics, tourist attractiveness, tourist flow.

В современном мире туризм играет большую роль. Всё больше людей стремятся побывать во всех уголках мира, путешествовать.

Туризм – это отрасль экономики непродовольственной сферы, предприятия и организации которой удовлетворяют потребности туристов в материальных и нематериальных услугах, основная функция которого – обеспечить человека полноценным и рациональным отдыхом.

В современных условиях развития рыночной экономики все большее значение приобретает управление социально-экономической эффективностью и устойчивостью развития отдельных

регионов, в том числе и регионов, ориентированных на предоставление курортно-рекреационных услуг.

Туризм, как социально-экономический феномен, обеспечивает значительные денежные поступления в бюджет соответствующего региона, занятость; стимулирует реструктуризацию региональной экономики, ориентируя ее на экономический рост.

В России активно развивается внутренний туризм, объем которого почти в четыре раза превышает выездной туризм.

Калужская область развивает туризм, стремясь стать одним из ведущих туристических регионов России. В последние годы здесь наблюдается значительный рост интереса туристов, чему способствует развитие культурных, исторических и тематических маршрутов. Космический туризм, связанный с историей региона как колыбели российской космонавтики, является ярким направлением. Калуга, ставшая близким городом для Юрия Гагарина, ежегодно принимает гостей на космических фестивалях, таких как "Космическая ночь" и другие мероприятия, посвященные достижениям в космосе.

Регионы активно работают над улучшением инфраструктуры и созданием новых культурных объектов. В последние годы здесь появились множество современных музеев, памятников и культурных центров, которые привлекают туристов. Новый музей "Космонавтики" в Калуге стал настоящим центром притяжения для всех любителей космоса. Не менее важным аспектом развития туризма считается гастрономическая составляющая. Калужская область активно продвигает свои гастрономические фестивали, на которых представлены блюда местной кухни, что становится важной частью культурного туризма. Фестиваль "Калужская ярмарка" привлекает любителей хорошей еды, ремесел и народных традиций.

Эксперты рассказали, что область активно развивает экологический туризм, предлагая путешественникам уникальные природные маршруты, экскурсии по заповедным зонам и паркам, а также переходя от теоретических аспектов развития туризма к конкретному анализу статистических показателей, нам следует сосредоточиться на динамике изменений в ключевых параметрах, отражающих состояние и тенденции туристической отрасли калужского региона. Для начала рассмотрим численность туристических фирм, которая служит важным индикатором активности рынка. Увеличение их количества может свидетельствовать о росте интереса к региону как к туристической дестинации, а также о расширении конкурентной среды, что в свою очередь может способствовать улучшению качества предлагаемых услуг.

Следующий важный показатель – это число туристических пакетов, реализованных населению. Этот параметр демонстрирует уровень спроса на туристические услуги и может служить индикатором внутреннего спроса, а также популярности конкретных маршрутов и объектов в регионе. Сравнивая данные за разные годы, можно выявить как позитивные тенденции, так и потенциальные проблемы, требующие более глубокого анализа. Наконец, исследование количества коллективных средств размещения – гостиниц, хостелов и других объектов — позволяет оценить инфраструктурные возможности региона для принятия туристов. Это также отражает инвестиционный климат и готовность местного бизнеса развивать сферу туризма.

Сопоставляя эти три показателя друг с другом, мы сможем более глубоко понять динамику развития туризма в Калужском регионе, выявить ключевые тренды и определить направленность дальнейшего развития этой сферы. Далее будет представлен детализированный анализ указанных статистических данных, что позволит сделать обоснованные выводы и рекомендации для улучшения туристической привлекательности региона.

Для того, чтобы наглядно исследовать эти показатели воспользуемся формулами. Абсолютный прирост, темп роста и темп прироста – это важные показатели, используемые в статистике для анализа динамики и оценки изменений в различных сферах, включая сферу туризма.

Абсолютные приросты показывают, на сколько единиц изменилось значение показателя при переходе от одного момента или периода времени к другому.

Коэффициенты роста показывают, во сколько раз изменилось значение показателя при переходе от одного момента или периода времени к другому. Коэффициент роста, выраженный в процентах, называется темпом роста.

Темпы прироста показывают, на сколько процентов изменилось значение показателя при переходе от одного момента или периода времени к другому.

Линии тренда — элемент аппарата технического анализа, используемый для выявления тенденций изменения.

В сфере туризма Калужского региона эти показатели помогают оценить динамику развития, выявить тенденции, анализировать эффективность туристической политики и принимать обоснованные решения для привлечения инвестиций и улучшения инфраструктуры. Они позволяют сравнивать результаты с предыдущими периодами и другими регионами, что важно для стратегического планирования.

Калужская область, обладая уникальным природным и культурным наследием, привлекла туристов из разных уголков России и мира. Она испытала колебания в туристическом потоке, обусловленные различными факторами. В частности, глобальные и общественные обстоятельства вызвали значительные спады в 2020 и 2022 годах, это можно наблюдать в таблице 1. В 2020 году мир столкнулся с пандемией коронавируса, которая привела к введению строгих ограничений на передвижение, закрытию границ и отмене массовых мероприятий. Калужская область не стала исключением для развития туристической отрасли во всем мире. Множество туристических маршрутов и объектов закрылись, что снизило интерес к путешествиям в регион. Спад в 2022 году был частично обусловлен последствиями пандемии, а также экономической нестабильностью, которая отразилась на доходах населения и способности путешествовать. Политические факторы и ограничение зарубежных поездок привели к изменению предпочтений туристов, однако многие по-прежнему избегали поездок из-за неопределенности.

Калужская область начала демонстрировать рост туристического потока в 2021 году.

Во-первых, люди стали искать возможности для отдыха внутри страны, и Калужская область с историческими памятниками, красивыми природными ландшафтами и культурными предложениями оказалась в числе популярных направлений. Местные власти и туристические организации активно работали над улучшением инфраструктуры и привлечением туристов, что способствовало возрождению интереса к региону. В 2023 году ожидается еще более заметный рост туристического потока. Это связано с постепенной нормализацией ситуации в мире, снятием ограничений и возобновлением туристической активности. Множество мероприятий, фестивалей и выставок, проводимых в регионе, привлекают как местных, так и приезжих туристов. Калужская область предложила разнообразные программы, включая экологический туризм, гастрономические путешествия, а также истории, связанные с великими личностями, такими как Константин Эдуардович Циолковский. Калужская область, несмотря на трудности в пандемийные годы, смогла адаптироваться к новым условиям и занять нишу на туристической карте России, привлекая все большее количество путешественников и восстанавливая динамику отрасли.

Таблица 1 – Показатели динамики развития туризма в Калужской области

Год	Число тур.фирм	Абсолютный прирост	Темп роста	Темп прироста
2019	136	—	—	—
2020	121	-15	88,9	-11,1
2021	131	10	108,2	8,2
2022	120	-11	91,2	-8,4
2023	133	13	110,8	10,8
Среднее	128,2	-3	99,88	-0,5
	Число тур.пакетов реализованных населению			
2019	37440	—	—	—
2020	17976	-19464	48,01	-51,99
2021	31934	13958	177,64	77,64
2022	28053	-3881	87,74	-12,16
2023	30015	1962	106,99	6,99
Среднее	29083,6	-1856,25	105,01	5,12
	Число коллективных средств размещения			
2019	197	—	—	—
2020	198	1	100,5	0,5
2021	201	3	101,5	1,5
2022	199	-2	99	-1
2023	203	4	102	2
Среднее	199,6	1,5	100,75	0,75

На графиках наблюдается значительное расхождение, что может указывать на различные тенденции и факторы, влияющие на каждый из анализируемых аспектов. Мы можем понять, как именно изменяются значения в разных контекстах и какие выводы можно сделать на основании этих визуализаций. Это видно на рисунке 1, где с помощью функций Microsoft Excel построили линию тренда и сделали прогноз на следующий период (А – число туристических фирм; В – число туристических пакетов, реализованных населению; С – число коллективных средств размещения). Число зарегистрированных туристических фирм, предлагающих разнообразные туристические услуги, включая экскурсионные программы, активный отдых и лечебно-оздоровительные туры, постепенно уменьшается, что может быть вызвано более активным развитием онлайн-продаж. Потребители все чаще предпочитают удобство и быстроту онлайн-бронирования, что приводит к уменьшению спроса на традиционные офисы. Объем реализованных турпакетов демонстрирует стабильную ситуацию. Рост числа коллективных средств размещения – отелей, гостиниц, гостевых домов и кемпингов – является ещё одним важным индикатором развития туризма в регионе. Это позволяет удовлетворять растущий спрос на комфортабельное проживание и способствует созданию новых рабочих мест в сфере обслуживания. Более того, развитие инфраструктуры, включая улучшение дорожной сети, модернизацию транспортного сообщения и создание удобных туристических маршрутов, играет ключевую роль в привлечении туристов.

В последние годы наблюдается развитие событийного туризма в Калужской области. Проведение различных фестивалей, концертов, выставок и спортивных мероприятий привлекает значительное количество гостей и способствует повышению узнаваемости региона. Однако, перед Калужской областью стоят и определенные вызовы. Необходимо дальнейшее развитие инфраструктуры, особенно в отдаленных районах с высоким туристическим потенциалом. Важно также уделить внимание повышению качества предоставляемых услуг и созданию более комфортных условий для отдыхающих. Для этого требуются инвестиции в модернизацию существующих объектов и строительство новых, а также повышение квалификации персонала в сфере туризма. Кроме того, необходимо активнее продвигать туристический потенциал Калужской области на российском и международном уровнях, используя современные маркетинговые инструменты и привлекая внимание к уникальным особенностям региона.

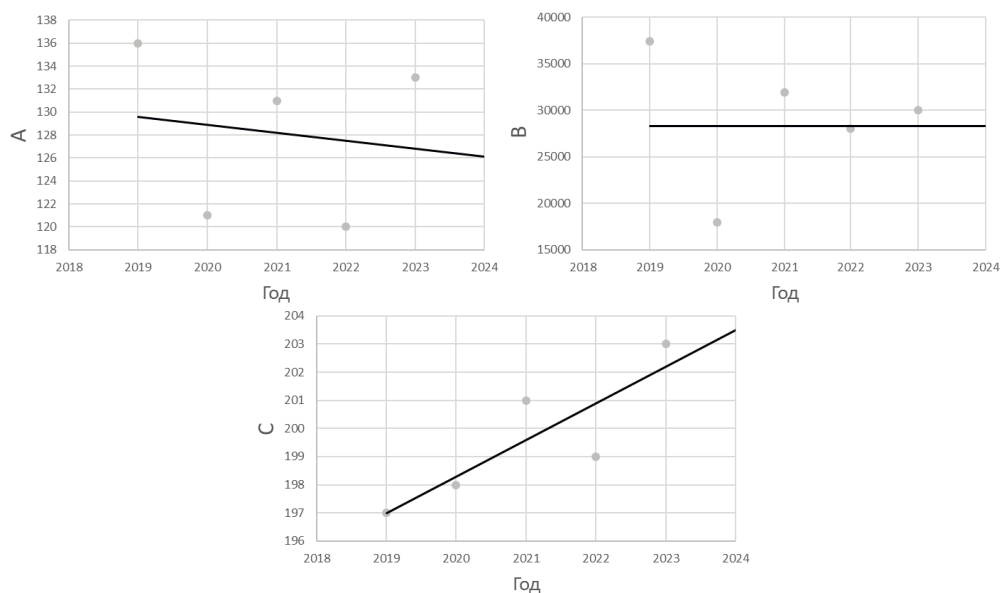


Рисунок 1. Линия тренда показателей А, В, С.

В перспективе, развитие туризма в Калужской области может стать одним из основных факторов социально-экономического развития региона. Это позволит создать новые рабочие места, увеличить налоговые поступления в бюджет и улучшить качество жизни населения. Для достижения этих целей необходимо продолжать инвестировать в развитие туристической

инфраструктуры, проводить эффективную маркетинговую кампанию и создавать уникальные туристические продукты, которые будут привлекать всё больше туристов со всего мира. Включение региона в федеральные программы развития туризма, а также сотрудничество с соседними областями в рамках совместных туристических маршрутов, способствуют ускорению развития туристской отрасли Калужской области и повышению её конкурентоспособности.

Библиографический список

1. Варагян О.Г. Создание базы данных туристических маршрутов России / О.Г. Варагян, А.Г. Карапетян, В.Г. Романюк // Устойчивое развитие регионов в современных условиях модернизации финансово-экономического образования. Калуга : ИП Карпов А.Н, 2024. С. 114-117.
2. Егоренко С.Н. Культура, отдых и туризм / С.Н. Егоренко // Регионы России. Социально-экономические показатели 2022. Москва : Федеральная служба государственной статистики, 2022. С. 414-435.
3. Егоренко С.Н. Культура, отдых и туризм / С.Н. Егоренко // Регионы России. Социально-экономические показатели 2023. Москва : Федеральная служба государственной статистики, 2023. С. 423-451.
4. Федеральная служба государственной статистики : сайт. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 20.11.2024)

УДК 332.8

ДИНАМИКА ДОСТУПНОСТИ ЖИЛЬЯ НА ОСНОВЕ ДАННЫХ РЕАЛЬНЫХ И МЕДИАННЫХ ДОХОДОВ

*Косиков Н.Р., бакалавр 2-ого курса
Научный руководитель: Костенко А.В., к.п.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В данной статье рассматриваются статистики и графики заработных плат, а также цен на жилье в Москве и Калуге, затем данные систематизируются и рассматриваются в сравнении друг с другом для выявления тенденции увеличения цены собственного жилья в зависимости от размера дохода человека. Другим важным аспектом работы является сравнение возможности покупки жилья среди москвичей и калужан.

Ключевые слова: доступность жилья, динамика цен на жилье, медианная и реальная заработные платы, цены на недвижимость, статистические данные.

DYNAMICS OF HOUSING AFFORDABILITY BASED ON REAL AND MEDIAN INCOME DATA

*Kosikov N.R. bachelor's degree of the 2nd year
Supervisor: A.V. Kostenko, Candidate of Pedagogical, Associate Professor.
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. This article examines statistics and graphs of wages, as well as housing prices in Moscow and Kaluga, then the data are systematized and considered in comparison with each other to identify the trend of increasing the price of own housing depending on the size of a person's income. Another important aspect of the work is the comparison of the possibility of buying a home among Muscovites and Kaluzhans.

Keywords: housing affordability, housing price dynamics, median and real wages, real estate prices, statistical data.

В современном обществе владение недвижимостью становится одним из ключевых признаков социально-экономической стабильности индивидуума. Наличие жилья предоставляет человеку ощущение безопасности и уюта, а также формирует пространство, куда он может возвратиться в любое время. Важно отметить, что стремление обладать жильем не ограничивается его наличием; граждане, в частности из регионов, часто обладают желанием переезда в более крупные и динамичные города, среди которых наибольшей популярностью пользуется столица страны – Москва. Тем не менее, возникает вопрос: насколько реальной является возможность осуществления данной амбиции для простого человека в текущих экономических условиях?

В целях глубинного анализа данного вопроса, необходимо провести сравнение уровней цен на аналогичное жилье в Калуге и Москве, что позволит выявить степень различия в стоимости

этой важной категории потребления. Примечательно, что при проведении данного исследования следует учитывать разные уровни жизни в вышеупомянутых городах, а также значительные различия в ценах на жилую недвижимость. Для более объективного подхода к сравнению целесообразно будет рассмотреть не только абсолютные значения цен, но и соотнести их с процентным соотношением к средним заработным платам в данных регионах.

Данный подход позволит наиболее точно оценить доступность жилой недвижимости для большей части населения страны, а также выявить потенциальные барьеры, стоящие на пути к реализации мечты о покупке жилья в крупных городах, к примеру, таких, как Москва.

В данной работе мы не будем рассматривать средний доход, так как он некорректно отражает статистические данные в интересующем контексте, так как в расчет идет как сверхдоход, так и самый низкий доход, а нас интересуют усредненные данные. Поэтому обратимся к данным медианной и реальной заработной платах. Реальный трудовой доход – «это совокупность товаров и услуг, которую можно приобрести рабочему за номинальную заработную плату, полученную им» [1], а медианная заработная плата – «это уровень дохода, находящийся в середине ранжированного ряда; половина населения имеет доход выше медианного, а вторая – ниже» [2].

Анализируя графики, а также статистику можно увидеть, что кривые роста дохода не поддаются какой-либо тенденции – они непостоянны. Так, например, помимо роста бывают и спады, как, например, в 2022 году.

Таблица 1 – Данные реальных заработных плат по Москве и Калуге в зависимости от года.

Год	Реальная заработная плата в Москве (индекс к соотв. периоду прошлого года)	Реальная заработная плата в Калуге (индекс к соотв. периоду прошлого года)
2017	98,7	103,4
2018	109,6	107,8
2019	107,7	103,9
2020	103,1	102,4
2021	106,8	103,2
2022	98,7	94,4
2023	104,3	106

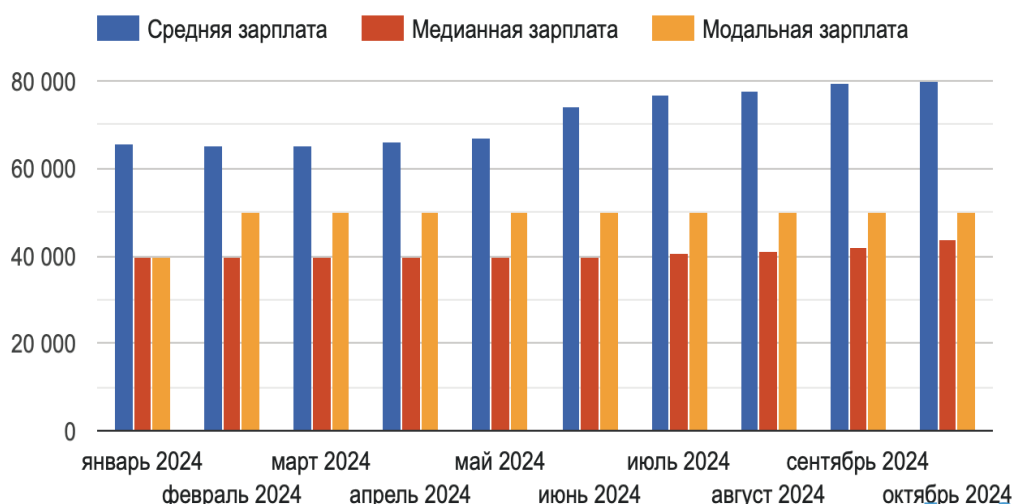


Рисунок 1. Сравнение медианной, реальной и средней заработных плат по Калуге [4]

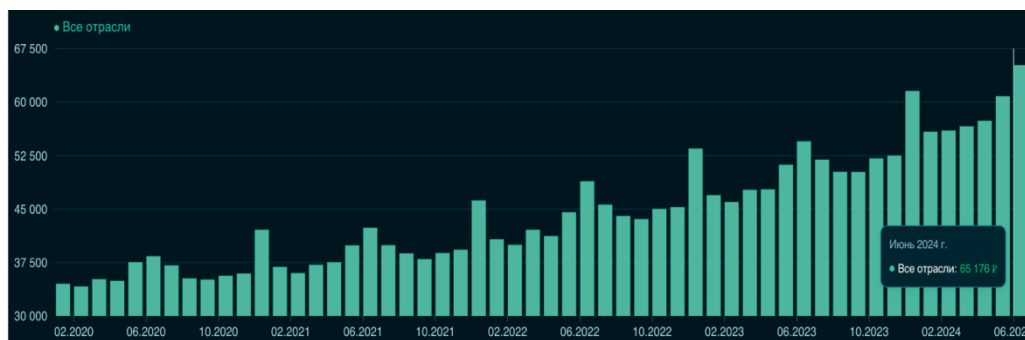


Рисунок. 2. Данные медианной заработной платы по Москве

Сравнение ситуаций на рынках труда и жилья в Москве и Калуге демонстрирует явные различия, обусловленные экономическими факторами и уровнем жизни. Анализ показателей заработной платы показывает, что реальные заработные платы в Москве находятся ниже средних значений, в то время как медианные заработные платы в два раза уступают средним, что свидетельствует о значительном разрыве между различными слоями населения [3].

Но чтобы лучше вникнуть в суть ситуации этих двух регионов, нужно рассмотреть средние цены квадратного метра жилья. Учитывая контекст, согласно данным портала «Домклик», средняя цена квадратного метра на вторичном рынке жилплощади в Москве составляет 329 тысяч рублей, в то время как стоимость квадратного метра в строящихся домах составляет 275 тысяч рублей. В Калуге, соответственно, средние цены существенно ниже: 120 тысяч рублей за квадратный метр на вторичном рынке и 133 тысячи рублей за квадратный метр в новостройках, согласно данным статистики компании «Этажи» [5].

Для дальнейшего анализа доступности жилья нам важно рассчитать объем квадратных метров, который может приобрести обычный гражданин, расходуя свои доходы исключительно на жилье. Разделив сумму ежемесячных доходов на цену квадратного метра, мы получим, что в Москве покупатель может позволить себе приобрести лишь 0,19 квадратного метра на вторичном рынке и 0,23 квадратного метра в новостройках. Для Калуги же эти показатели, в свою очередь, составляют 0,33 квадратного метра на вторичном рынке и 0,31 квадратного метра в новостройках. Таким образом, данные результаты отражают существующие различия в доступности жилья между регионами и указывают на влияние факторов экономики на рынок недвижимости в целом.

Далее рассмотрим корреляции роста или же падения цены на жилье в сравнении с доходом за 2021-й, 2022-й и 2023-й года.

Таблица 2 – Средняя стоимость 1-го квадратного метра в Москве и Калуге в зависимости от года [6]

Год	Средняя стоимость 1-го квадратного метра в Москве (тыс. руб.)	Средняя стоимость 1-го квадратного метра в Калуге (тыс. руб.)
2021	195	46
2022	255	83
2023	276,5	89

В заключение можно сказать, что при осуществлении трудовой деятельности в Москве, где уровень заработной платы, в своей основе, превышает таковой в регионах, процесс накопления средств на приобретение собственного жилья будет значительно более продолжительным по сравнению с жителями городов меньшего размера, на примере Калуги. Это обстоятельство сохраняется и при учете данных предыдущих лет, согласно которым московские жители вынуждены вкладывать куда большую часть собственных финансов в жилищную сферу в сравнении с их калужскими сверстниками. Данные выводы подчеркивают высокую степень различия в доступности жилья между мегаполисами и региональными центрами, что имеет серьезные экономические и социальные последствия для населения.

Библиографический список

1. Ракоти В.Д. Заработная плата и предпринимательский доход : практическое пособие / В.Д. Ракоти. – 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Финансы и Статистика, 2021. 335 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1484126> (дата обращения: 14.11.2024). – Режим доступа: по подписке.
2. Статистика: руководство к решению задач: учебное пособие / О.С. Кеткина, О.М. Турыгин, И. С. Шорохова, А.Н. Жуков ; под общ. ред. О. С. Кеткиной. – 2-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. 152 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1859876> (дата обращения: 14.11.2024).
3. [https://gogov.ru/mediansalary/moscow#:~:text=Размер%20медианной%20зарплаты%20в%20Москве&text=рублей%20\(%2B14%2C13%25\).,рублей%20\(%2B15%2C81%25\).&text=Медианную%20заработную%20плату%20также%20ежемесячно,года%20составил%2065%20176%20рублей.](https://gogov.ru/mediansalary/moscow#:~:text=Размер%20медианной%20зарплаты%20в%20Москве&text=рублей%20(%2B14%2C13%25).,рублей%20(%2B15%2C81%25).&text=Медианную%20заработную%20плату%20также%20ежемесячно,года%20составил%2065%20176%20рублей.)
4. <https://kaluga.gorodrabot.ru/salaries>
5. <https://kaluga.etagi.com/analytics/>

УДК 519.61

ЧИСЛЕННЫЕ МЕТОДЫ РЕШЕНИЯ УРАВНЕНИЙ И ИНСТРУМЕНТЫ КАК СРЕДСТВО РЕШЕНИЯ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАДАЧ

Несонова Н.И., бакалавр (студентка) 2-ого курса

Научный руководитель: Дробышева И.В., профессор, д.п.н., зав. кафедрой «Бизнес-информатика и высшая математика» Калужского филиала Финансового университета

Аннотация: Решение финансово-экономических задач, таких как анализ инвестиционных проектов, принятие управленческих решений, планирование и прогнозирование, требует создания и применения экономико-математических моделей. Важным этапом этого процесса является использование численных методов для решения уравнений, моделирующих реальные экономические процессы. В статье рассматриваются два численных метода — метод хорд и метод касательных, которые позволяют эффективно находить корни нелинейных уравнений, встречающихся в экономических моделях. Также, рассматривается использование программного обеспечения MS Excel для реализации этих методов, что позволяет значительно ускорить процесс вычислений и повысить точность результатов.

Ключевые слова: метод хорд, метод касательных, способности MS Excel, экономические задачи.

NUMERICAL METHODS FOR SOLVING EQUATIONS AND MS EXCEL TOOLS AS A MEANS OF SOLVING FINANCIAL AND ECONOMIC PROBLEMS

Nesonova N.I. Bachelor (student) 2nd year

Scientific adviser: Drobysheva I.V., Professor, Doctor of Pedagogical Sciences, Head of the Department of Business Informatics and Higher Mathematics of the Kaluga Branch of the Financial University.

Abstract: The solution of financial and economic problems, such as the analysis of investment projects, management decision-making, planning and forecasting, requires the creation and application of economic and mathematical models. An important stage of this process is the use of numerical methods to solve equations that simulate real economic processes. The article discusses two numerical methods — the chord method and the tangent method, which allow you to effectively find roots nonlinear equations found in economic models. Also, the use of MS Excel software for the implementation of these methods is considered, which can significantly speed up the calculation process and increase the accuracy of the results.

Keywords: chord method, tangent method, MS Excel abilities, economic problems.

Необходимым условием решения финансово-экономических задач, связанных с проведением финансового-экономического анализа, анализом инвестиционных проектов, принятием управленческих решений, планированием и прогнозированием, в том числе составлением бизнес-планов, является создание и исследованием экономико-математических моделей, адекватно описывающих экономические объекты. Как отмечал основоположник отечественной школы экономико-математического моделирования В.С. Немчинов, экономико-математическая модель дает представление об общих взаимосвязях и закономерностях экономического явления в математической форме. В качестве конкретных моделей, описывающих экономические объекты, можно выделить алгебраические, трансцендентные, дифференциальные уравнения и их системы, неравенства, функции, задачи линейного программирования, в том числе транспортные задачи, стохастические модели, модели теории игр, теории графов и т. д.

Математическими моделями значительного числа экономических задач являются уравнения. Это задачи нахождения равновесной цены, максимальной прибыли, выручки, минимальных издержек, выбора оптимальной процентной ставки и т.д. Для их решения существуют две группы методов: аналитические и численные. Круг уравнений, решаемых аналитическими методами, достаточно узок. Для алгебраических уравнений – это уравнения линейные, квадратные и приводимые к ним за счет методов замены переменных и группировки. Для трансцендентных уравнений говорить об аналитических методах можно только в простейших случаях. Очевидно, что в подавляющем числе случаев моделью реальной финансово-экономической ситуации будет уравнение, для которого не найдется соответствующего аналитического метода. Например, если математической моделью исследования ситуации поиска объема предложения является уравнение $P=aQ^4+bQ^3+cQ^2+dQ+e$ 3(4) степени, то для его решения не существует правила, применение которого дало бы результат.

Таким образом, возникает ситуация необходимости использования общего подхода к решению уравнений численными методами. В теории численных методов рассматривают такие методы решения уравнений как, метод дихотомии, хорд, касательных, комбинированный метод хорд и касательных. Так как в основе каждого из методов лежит идея итерации, т.е. нахождении приближений к корню уравнения с заданной степенью точности за счет повторяющейся последовательности действий, целесообразно при реализации методов использовать возможности ПО. Обобщая сказанное, целью данной работы является раскрытие возможностей численных методов решения уравнений, в том числе с использованием инструментов MS Excel, для решения финансово-экономических задач.

Рассмотрим сущность методов хорд и касательных, применение которых позволяет найти корень уравнения при меньшем числе итераций.

Особенностью метода хорд является то, что для получения формулы нахождения корня уравнения требуются формула уравнения прямой, проходящей через две точки $(x_1; y_1)$ и $(x_2; y_2)$

$$\frac{x-x_1}{x_2-x_1} = \frac{y-y_1}{y_2-y_1} \quad (1)$$

и элементарные преобразования для нахождения точки пересечения данной прямой с осью абсцисс.

В соответствии с теоремой Больцано-Коши на отрезке $[a; b]$ уравнение $f(x)=0$ имеет единственный корень x_0 . Последовательное применение формулы (1) позволяет получить итерационную формулу для поиска корня уравнения

$$x_{n+1} = x_n - \frac{f(x_n)}{f(b)-f(x_n)}(b-x_n); \quad x_{n+1} = x_n - \frac{f(x_n)}{f(x_n)-f(a)}(x_n-a)$$

Выбор одной из двух представленных формул определяется истинностью отношения:

$$X_0=a, \text{ при } f(a)*f'(a)>0$$

$$X_0=b, \text{ при } f(b)*f'(b)>0$$

Процесс итерации завершается, если $|x_{n+1}-x_n|<\varepsilon$. Таким образом, алгоритм метода хорд имеет вид:

1. Определение отрезка, на котором находится корень уравнения.
2. Выбор начала итерации
3. Принимаем, что $x_0=a$ или $x_0=b$
4. Находим значение x_1 по формуле вычисления x_{n+1}
5. Продолжаем итерации до нужного значения.

Метод касательных является итерационным методом решения нелинейных уравнений, основанным на нахождении последовательных приближений корня уравнения с помощью касательных к графику функции.

Суть метода заключается в следующем: если у нас есть функция $f(x)$, то в каждой итерации строится касательная к графику функции в точке x_n . Уравнение касательной имеет вид:

$$y=f(x_n)+f'(x_n)(x-x_n)$$

Где $f'(x_n)$ – производная функции в точке x_n . Точка пересечения касательной с осью абсцисс (где $y=0$) и будет следующим приближением к корню уравнения $f(x) = 0$. Это приближение вычисляется по формуле:

$$x_{n+1} = x_n - \frac{f(x_n)}{f'(x_n)}$$

Таким образом, метод касательных позволяет последовательно приближаться к корню уравнения, используя производные функции и информацию о её поведении в точке. Алгоритм метода касательных состоит из следующих шагов:

1. Определение отрезка, на котором находится корень
2. Выбор начальной точки x_0 , которая является приближением к корню.

3. Вычисление следующей точки x_{n+1} с помощью формулы:

$$x_{n+1} = x_n - \frac{f(x_n)}{f'(x_n)}$$

4. Повторение шага 2 до тех пор, пока разница между последовательными приближениями не станет меньше заданной погрешности ε , то есть $|x_{n+1} - x_n| < \varepsilon$.

Геометрическая интерпретация метода касательных и метода хорд представлена на рисунке 1.

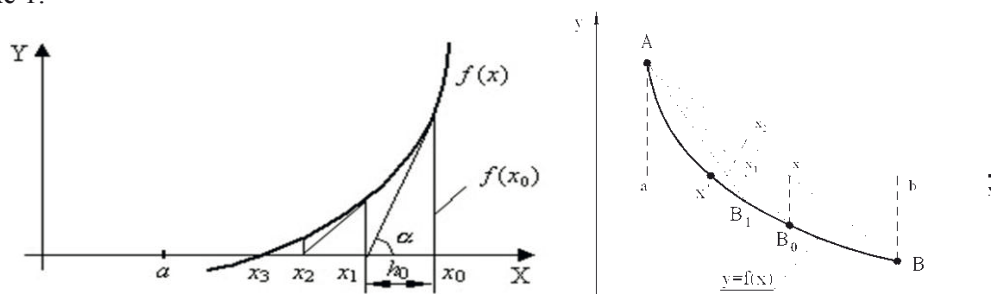


Рисунок 1. Геометрическая интерпретация метода касательных и метода хорд, соответственно слева направо

Численные методы решения уравнений и возможности MS Excel аппроксимировать функцию позволяет находить решения уравнений, являющихся математическими моделями финансово-экономических задач, представленных в табличной форме.

Пример. В таблице 1 представлены данные, характеризующие деятельность предприятия по производству и реализации производимой им продукции. Определить объем продукции, при котором прибыль максимальна.

Таблица 1. Данные о издержках, доходе и объеме продукции на предприятии

объем продукции, тонны	доход от реализации, (млн. руб.)	издержки (млн. руб.)
1	3	1
2	8	3
3	15	5
4	26	12
5	35	16
6	42	24
7	46	24
8	48	24
9	49	25
10	48	25

Первым этапом решения задачи является нахождение значения прибыли при заданных в условии объемах производимой продукции. Мы найдем ее, вычитая из дохода издержки. Второй этап – поиск формулы, наилучшим образом описывающей зависимость между размером прибыли

и объемом произведенной продукции. Для этого используется метод наименьших квадратов и возможности MS Excel по построению графика зависимости и линии тренда. Результатом второго этапа является уравнение прибыли $P(x)$. На третьем этапе, используя правила дифференцирования и вычислительные возможности MS Excel, строится таблица значений производной, анализ которой позволяет найти отрезок $[a; b]$, которому принадлежит точка x_0 . Заключительный четвертый этап состоит в уточнении значения x_0 . На рис.2 представлена реализация этого этапа методом хорд и методом касательных.

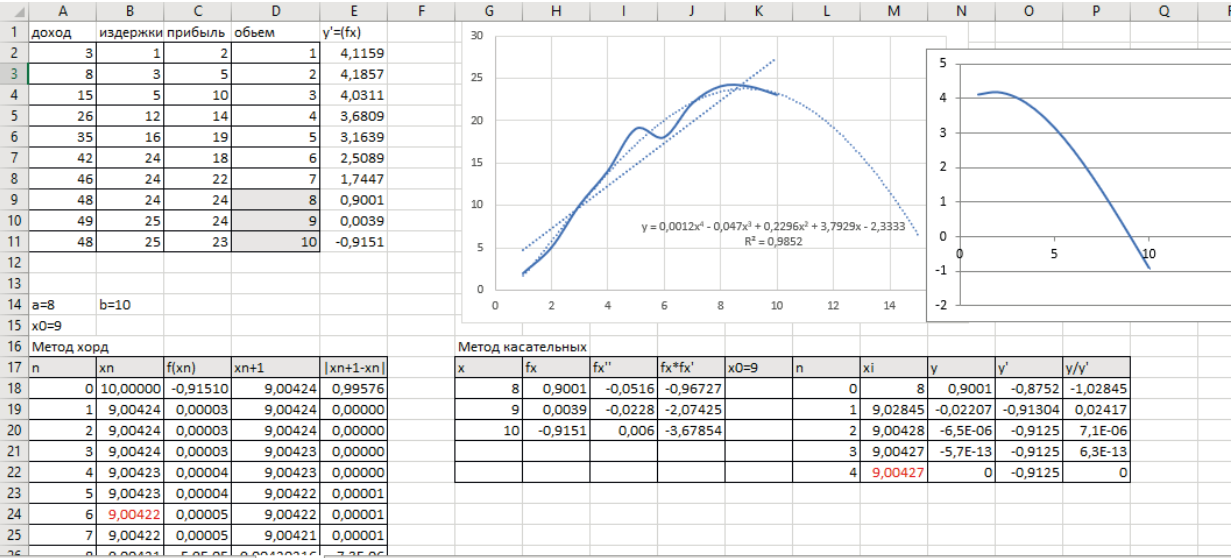


Рисунок 2. Реализация нахождения значения x_0 методом хорд и касательных способностями MS Excel

Сравнение числа итераций, выполненных при реализации каждого из методов, позволяет сделать вывод о большей эффективности метода касательных.

Таким образом, реализация численных методов посредством инструментов MS Excel обеспечивает эффективный процесс решение финансово-экономических задач с реальными данными.

Библиографический список

1.Зенков А.В. Численные методы: учеб. пособие / А.В. Зенков. Екатеринбург: Издательство Урал. ун-та, 2016. 124с.

УДК 330.45

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КЛИЕНТСКОГО ПОТОКА ОРГАНИЗАЦИИ ООО «КАЛУЖСКАЯ КЛИНИКА БОЛИ» НА ПЕРИОД 2024 ГОДА

Прохорова А.С., студентка 4-го курса

*Научный руководитель: Кузина Н. В., канд. пед. наук, доцент кафедры
Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации (Россия, г. Калуга)*

Аннотация. Прогнозирование клиентопотока в медицинских учреждениях необходимо для оптимизации ресурсов, финансового планирования, маркетинга и продвижения, улучшения обслуживания клиентов, стратегического планирования. Анализируемая компания – ООО "Калужская Клиника БОЛИ". Для получения общего представления о динамике клиентопотока в организации (суммарный клиентопоток) во времени построено поле корреляции. Для выявления компонент временного ряда проведен автокорреляционный анализ. Для прогнозирования клиентского потока организации на 2024 год использован метод скользящей средней. Прогнозирование основано на данных с января 2022 года по февраль 2024 года.

Ключевые слова: клиентопоток медицинского учреждения, поле корреляции, автокорреляция уровней ряда, метод простой скользящей средней, прогнозирование.

FORECASTING THE CLIENT FLOW OF THE KALUGA PAIN CLINIC LLC FOR THE PERIOD 2024

Prokhorova A.S., student of the 4rd year

*Supervisor: Kuzina N. V., candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
(Russia, Kaluga)*

Annotation. Forecasting the customer flow in medical institutions is necessary for optimizing resources, financial planning, marketing and promotion, improving customer service, and strategic planning. The analyzed company is Kaluga Pain Clinic LLC. To get a general idea of the dynamics of customer flow in an organization (total customer flow) over time, a correlation field is constructed. An autocorrelation analysis was performed to identify the components of the time series. The moving average method was used to predict the organization's customer flow for 2024. The forecast is based on data from January 2022 to February 2024.

Keywords: client flow of a medical institution, correlation field, autocorrelation of series levels, simple moving average method, forecasting.

Прогнозирование клиентопотока является ключевым элементом для обеспечения эффективности работы организации, повышения удовлетворенности клиентом качеством предоставляемых услуг, а также оптимизации прибыли. Прогнозирование клиентопотока в медицинских учреждениях необходимо для оптимизации ресурсов, финансового планирования, маркетинга и продвижения, улучшения обслуживания клиентов, стратегического планирования.

Анализируемая компания – ООО "Калужская Клиника БОЛИ". В 2022 и 2023 годах ценовая политика организации не менялась. В начале 2024 цены увеличились на 10%. Кроме того, произошло выделение трех типов врачей: главный врач, ведущий врач, обычный специалист. Цены также были дифференцированы. Прием у главного врача стоит 3 000 рублей, у ведущего врача – 2 400 рублей, у обычного специалиста – 1900 рублей.

Для того, чтобы провести анализ клиентопотока в организации «Калужская Клиника Боли» обратимся к следующим статистическим данным, находящимся в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели динамики клиентопотока за период 2022-2024гг.

Месяц (год)	Первичные клиенты	Вторичные клиенты
январь (2022)	800	710
февраль (2022)	811	617
март (2022)	778	680
апрель (2022)	764	589
май (2022)	697	605
июнь (2022)	680	584
июль (2022)	668	598
август (2022)	671	622
сентябрь (2022)	784	678
октябрь (2022)	796	675
ноябрь (2022)	802	706
декабрь (2022)	810	697
январь (2023)	861	733
февраль (2023)	877	718
март (2023)	859	703
апрель (2023)	846	690
май (2023)	798	597
июнь (2023)	740	540
июль (2023)	729	536
август (2023)	780	590
сентябрь (2023)	890	605
октябрь (2023)	951	722
ноябрь (2023)	1043	805
декабрь (2023)	1059	877
январь (2024)	980	870
февраль (2024)	1100	960

Для получения общего представления о динамике клиентопотока в организации (суммарный клиентопоток) во времени построим поле корреляции (рис.1):



Рисунок 1. Поле корреляции, построенное по данным клиентопотока за 2022-2024гг.

По виду корреляционного поля временной ряд скорее всего содержит тенденцию и циклическую составляющую. Для выявления существующих компонент ряда проведем автокорреляцию уровней данного ряда.

Для количественной оценки автокорреляции используем линейный коэффициент корреляции между уровнями исходного временного ряда и уровнями этого ряда, сдвинутыми на несколько шагов во времени [2]. Для обеспечения статистической достоверности максимальный шаг, не должен превышать четверти общего объема выборки [2]. Объем выборки равен 26, то коэффициенты автокорреляции найдем до 7 порядка и проверим их значимость:

- $r_1 = 0,896$ (значим)
- $r_2 = 0,713$ (значим)
- $r_3 = 0,380$ (незначим)
- $r_4 = -0,061$ (незначим)
- $r_5 = -0,450$ (незначим)
- $r_6 = -0,330$ (незначим)
- $r_7 = -0,371$ (незначим)

Для выявления структуры ряда, построим коррелограмму, полученной автокорреляционной функции временного ряда (рис.2):

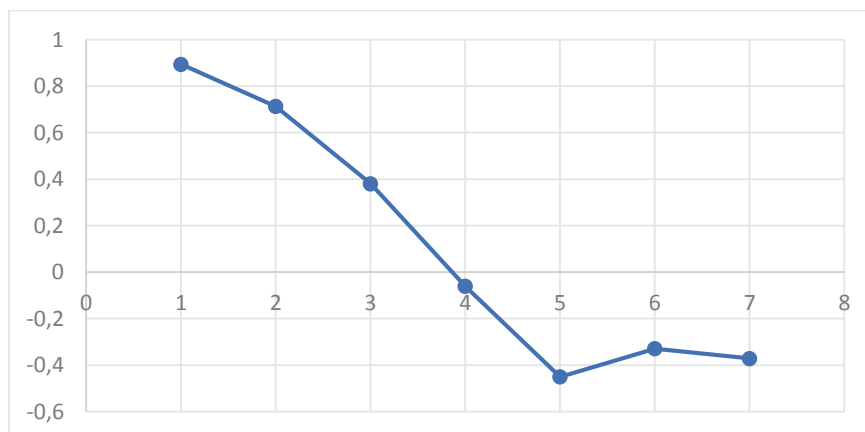


Рисунок 2. Коррелограмма

Анализ коррелограммы показывает, что самое большое значение имеет коэффициент автокорреляции первого порядка ($r_1 = 0,896$, значимый). Это говорит о том, что ряд содержит трендовый и случайный компоненты.

Сделаем краткосрочный прогноз – на три месяца, используя метод скользящей средней. Данный метод подходит при наличии тренда в ряду [1]. Определим величину интервала сглаживания равную 3 месяцам.

Рассчитываем скользящую среднюю в Excel с помощью надстройки *Пакет анализа*, используя инструмент анализа *Скользящее среднее*.

После нахождения скользящей средней для всех месяцев, построим прогноз на март, апрель, май 2024 года [2]. Количество пациентов, обратившихся в клинику в марте 2024 года, приблизительно составит 1984 человека, в апреле 2024 года - 1879 человека, в мае 2023 года - 1909 человек.

Средняя относительная ошибка [2] равна $4,39\% < 10\%$, что говорит о достаточно высокой точности прогноза.

В ходе проведения анализа мы также выявили, что временной ряд содержит и случайную компоненту. Это говорит о том, что для более глубокого анализа требуются дополнительные исследования. В частности, нужно обратить внимание на изменение цен и дифференциацию врачей по уровню квалификации.

Также мы можем сделать вывод о том, что на клиентопоток может оказывать открытие новых направлений. В «Калужской Клиники БОЛИ» диагностика сейчас представляет такие направления: офтальмология, стоматология, МРТ, СКТ, рентген. Соответственно, поток клиентов на данные направления будет совершенно новым. Данных по новым направлениям клиники пока нет, поэтому при проведении анализа они не учитывались.

Библиографический список

1. Бабешко Л.О. Основы эконометрического моделирования: учеб. пособие / Л. О. Бабешко. Изд. 4-е. М.: КомКнига, 2021. 428 с.
2. Орлов А.И. Эконометрика: учебник / А.И. Орлов. М.: Изд-во «Экзамен», 2022. 576 с.

УДК 330.45

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ КАК СИСТЕМЫ МАССОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Сайфуллина А.Р., студентка 4 курса

*Научный руководитель: Кузина Н.В., канд. пед. наук, доцент кафедры
Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации (Россия, г. Калуга)*

Аннотация. Страховая компания занимается предоставлением защиты клиентам от финансовых рисков, путём заключения договоров и выпуска страховых полисов. Оценка эффективности работы страховой компании в отделе розничных продаж имеет большое значение для прибыльности компании. В статье проведен анализ эффективности работы Калужского филиала страхового публичного акционерного общества (СПАО) «Ингосстрах», расположенного в городе Калуга. Данное акционерное общество является многоканальной системой массового обслуживания (СМО), так как в филиале работает три специалиста в отделе розничного страхования, и ограничена длина очереди, так как максимально возможное число мест в очереди равно пяти. Знание и использование показателей, рассчитанных в данной статье, может помочь руководителю более эффективно управлять компанией, повышать конкурентоспособность и улучшать качество обслуживания клиентов.

Ключевые слова: страховая компания, система массового обслуживания с ограниченной очередью, пуассоновский поток заявок, вероятностные показатели эффективности работы системы.

EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF THE INSURANCE COMPANY AS A QUEUING SYSTEM

Saifullina A.R. student of the 4rd year

*Supervisor: Kuzina N. V., candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Russia, Kaluga)*

Abstract. The insurance company is engaged in providing protection to customers from financial risks by concluding contracts and issuing insurance policies. Evaluating the performance of an insurance company in the retail sales department is of great importance for the profitability of the company. The article analyzes the efficiency of the Kaluga branch of the Ingosstrakh Insurance Public Joint Stock Company (SPAO), located in the city of Kaluga. This joint-stock company is a multi-channel queuing system (QMS), since the branch employs three specialists in the retail insurance department, and the queue length is limited, since the maximum possible number of places in the queue is five. Knowledge and use of the indicators calculated in this article can help the manager to manage the company more effectively, increase competitiveness and improve the quality of customer service.

Keywords: insurance company, queuing system with a limited queue, Poisson flow of applications, probabilistic performance indicators of the system.

Страховая компания занимается предоставлением защиты клиентам от финансовых рисков, путём заключения договоров и выпуска страховых полисов. В основном, работает для того, чтобы клиенты смогли застраховать своё имущество, здоровье, жизнь и т.д., путём внесения клиентом ежегодных платежей. В свою очередь страховая компания выплачивает клиентам компенсацию в случае наступления страхового случая, согласно условиям договора страхования.

Оценка эффективности работы страховой компании в отделе розничных продаж имеет большое значение, потому что от деятельности специалистов страхования зависит прибыльность компании, также они привлекают новых клиентов и осуществляют основную деятельность по страхованию и выпуску договоров.

Анализируемая компания – Калужский филиал страхового публичного акционерного общества (СПАО) «Ингосстрах», расположенного в городе Калуга. Данная система является многоканальной системой массового обслуживания (СМО), так как в филиале работает три специалиста в отделе розничного страхования, и ограничена длина очереди, максимально возможно пять мест в очереди. Заявки на обслуживание поступают любому освободившемуся специалисту страхования, выдача полисов осуществляется специалистом с помощью специальной компьютерной программы из базы данных российского союза автостраховщиков (РСА).

Будем считать, что на вход поступает пуассоновский поток заявок и дискретные состояния СМО (S_i) определяются количеством заявок, поступивших в систему: все каналы свободны (S_0), занят только один канал (S_1), заняты только два канала (S_2), заняты 3 канала (S_3). Если СМО находится в любом из состояний S_i ($i=1,2,3$), то очереди нет.

После того как заняты все каналы обслуживания, последующие заявки образуют очередь, определяя состояния системы: все каналы заняты и 1 заявка стоит в очереди (S_4), все каналы заняты и 2 заявки в очереди (S_5) и т.д. состояния S_6, S_7, S_8 .

Исходные данные были собраны методом наблюдения в страховой компании СПАО «Ингосстрах», в офисе, расположенном в городе Калуга, с 25.03.24 по 29.03.24 (одна рабочая неделя), с 9:00 до 18:00, полученные результаты отражены в таблице 1.

Таблица 1 – Исходные данные полученные методом наблюдения

Показатель	25.03.24	26.03.24	27.03.24	28.03.24	29.03.24
Кол-во клиентов/день	21	30	18	45	33

Для анализа работы СМО необходимы следующие исходные данные:

- количество обслуживающего персонала (специалистов страхования) $n=3$,
- максимальная длина очереди $m=5$,
- интенсивность поступающего потока клиентов $\lambda=0,061$ заявок/мин,
- среднее время обслуживания $t_{\text{обсл}}=7,52$ мин,
- интенсивность обслуживания клиентов $\mu=1/t_{\text{обсл}}=0,133$ заявок/мин,
- загрузка системы $\rho=\lambda/\mu=0,459$.

Для расчета показателей эффективности обслуживания трехканальной СМО с ограниченной длиной очереди будем использовать формулы, представленные в таблице 2:

Таблица 2 - Формулы для расчётов [1, 2]

№ п/п	Наименование показателя	Обозначение и формула
1	Вероятность простоя каналов	$P_0 = \frac{1}{\sum_{k=0}^n \frac{\rho^k}{k!} + \frac{\rho^{n+1}}{n! \cdot (n-p)} \cdot \left(1 - \left(\frac{\rho}{n}\right)^m\right)}$
2	Вероятность, что занят n канал	$P_n = \frac{\rho^n}{n!} \cdot P_0$
3	Вероятность отказа	$P_{otk} = \frac{\rho^{n+m}}{n^m \cdot n!} \cdot P_0$
4	Относительная пропускная способность	$P_{обсл} = 1 - P_{otk}$
5	Среднее число занятых каналов	$n_z = \rho \cdot P_{обсл}$
6	Среднее число простаивающих каналов	$n_{пр} = n - n_z$
7	Коэффициент занятости каналов обслуживанием	$K_3 = \frac{n_z}{n}$
8	Абсолютная пропускная способность	$A = P_{обсл} \cdot \lambda$
9	Среднее время простоя СМО	$t_{пр} = P_{otk} \cdot t_{обс}$
10	Среднее время простоя канала	$t_{пр,к} = t_{обс} \cdot (1 - P_{otk}) / P_{otk}$
11	Вероятность образования очереди	$P_{och} = \frac{\rho^n}{n!} \cdot \frac{1 - \left(\frac{\rho}{n}\right)^m}{1 - \frac{\rho}{n}} \cdot P_0$
12	Вероятность отсутствия очереди	$P = 1 - P_{och}$
13	Среднее число заявок, находящихся в очереди	$L_{och} = \frac{\rho^{n+1}}{n \cdot n!} \cdot \frac{1 - \left(\frac{\rho}{n}\right)^m \cdot \left(m + 1 - m \cdot \frac{\rho}{n}\right)}{\left(1 - \left(\frac{\rho}{n}\right)^2\right)} \cdot P_0$
14	Среднее время простоя СМО	$T_{och} = \frac{L_{och}}{A}$
15	Среднее число обслуживаемых заявок	$L_{обс} = \rho \cdot Q$
16	Среднее число заявок в системе	$L_{СМО} = L_{ох} + L_{обс}$
17	Среднее время пребывания заявки в СМО	$T_{СМО} = \frac{L_{СМО}}{A}$

Доля времени простоя или просто вероятность, что канал свободен вычислим по формуле 1 и получим $P_0 = 0,627$, т.е. 62.7%, т.е. в течение часа, канал не будет никем занят, время простоя таким образом составляет – 37,6 мин., такой показатель может указывать на низкую загрузку канала или низкую активность клиентов. Данный показатель необходимо анализировать в динамике, чтобы определить контекст и причину такого длительного времени простоя.

Далее рассчитаем вероятность того, что канал занят обслуживанием, согласно формуле 2 определяем:

- 1 канал занят: $P_1 = 0,287$
- 2 канала занято: $P_2 = 0,0659$
- заняты все 3 канала: $P_3 = 0,0101$

Таким образом, самая высокая вероятность, что только один специалист страхования будет занят, т.е. один канал. Вероятность занятости двух или трех каналов значительно ниже.

Также необходимо определить вероятность отказа, т.е. долю заявок, которые получили отказ, согласно 3 формуле, получается, что $P_{otk} = 0,00154$. Так как показатель достаточно низкий, можно утверждать, что заявки практически не получают отказов, все поступившие заявки обслуживаются с помощью трех каналов.

Вероятность того, что клиент будет обслужен в данной системе $P_{обс} = 1 - 0.00154 = 0.998$ (формула 4), т.е. 99% всех поступивших заявок будут обслужены. Отметим, что это очень высокий показатель.

Среднее число занятых каналов $n_z = 0.458$ канала (5 формула). Получили показатель достаточно низкий в связи с простым в 34 минуты и быстрым обслуживанием клиентов.

Определим среднее число каналов, которые простаивают, согласно 6 формуле $n_{пр} = 2.5$ канала. То есть из трех каналов (трех специалистов страхования) простаивают 2,5, что говорит о большом времени ожидания клиентов.

Коэффициент занятости каналов обслуживанием $K_3 = 0,2$, согласно формулы (7). Т.е. на 20% система занята обслуживанием заявок клиентов в день.

Абсолютная пропускная способность $A = 0.06$ заявок/мин (формула 8).

Среднее время простоя системы массового обслуживания, согласно формуле 9, $t_{пр} = 0.0116$ мин.

Среднее время простоя канала, согласно формуле 10, $t_{пр.к.} = 86.202$ мин. На это значение времени простоя следует обратить внимание организации и оптимизировать работу персонала.

Вероятность образования очереди, согласно формуле 11, $P_{och} = 0,0101$. Показатель низкий, это означает, что вероятность образования очереди составляет примерно 1%. Организация оперативно обслуживает всех клиентов и поэтому вероятность образования очереди минимальна, также влияет и фактор того, что клиенты приходят в офис с большой периодичностью.

Вероятность отсутствия очереди, согласно формуле 12, $P = 0,99$. Показатель высокий, это означает, что вероятность отсутствия очереди составляет примерно 99%. Организация обслуживает практически всех клиентов.

Среднее число заявок, находящихся в очереди, согласно формуле 13, $L_{och} = 0,00154$.

Время ожидания для обслуживания заявки в очереди согласно формуле 14, $T_{och} = 0,0253$. Показатель достаточно низкий и показывает, что в организации заявки находятся в очереди недолго. Это говорит об оперативной работе сотрудников при рассмотрении заявок клиентов, практически без задержек.

Среднее число обслуживаемых заявок $L_{обс} = 0.458$ ед. (формула 15).

Среднее количество заявок в системе, включая как обслуживаемые, так и находящиеся в очереди ожидания, вычисляем с помощью формулы 16, $L_{смо} = 0.459$ ед.

Среднее время пребывания заявки в системе массового обслуживания, согласно формуле 17, $T_{смо} = 7,544$ мин.

Рассчитаем номинальную и фактическую производительность системы массового обслуживания, и получим следующие результаты:

$$- N_{п} = 3 / 7.519 = 0.399 \text{ заявок в мин.},$$

$$- \Phi_{п} = 0.0609 / 0.399 = 15\% \text{ от номинальной производительности.}$$

Исходя из проведенного анализа, можно уверенно заключить, что эффективность работы отдела розничных продаж компании находится на высоком уровне, так как время простоя минимальное, вероятность образования очереди стремится к нулю и вероятность отсутствия очереди более 90%.

Все заявки обрабатываются вовремя, практически без задержек. Всего 7.5 минуты заявка находится в системе массового обслуживания, что свидетельствует о высоком уровне оперативности обслуживания.

Кроме того, показатель отказа от заявок низкий и также стремится к нулю, что свидетельствует о высокой производительности и эффективности работы системы.

Номинальная производительность СМО также находится на хорошем уровне, так как показатель обработки - 0.399 заявок в минуту. Фактическая производительность, хоть и немного отстает от нормы, все равно составляет 15% от номинала — это говорит о хорошем функционировании системы в целом.

Таким образом, на основании представленных данных можно утверждать, что показатели СМО у страховой компании хорошие, заявки обрабатываются вовремя, отказы минимальны, что говорит о достаточно высоком уровне эффективности работы системы и также о высоком уровне обслуживания клиентов.

Для руководителя отдела важно знать рассчитанные показатели для оптимизации и автоматизации бизнес-процессов отдела, а также для прогнозирования нагрузки на систему массового обслуживания в различные периоды времени, выявления трендов и тенденций, для выявления необходимого и оптимального количества персонала.

Знание и использование показателей, рассчитанных в данной статье, может помочь руководителю более эффективно управлять компанией, повышать конкурентоспособность и улучшать качество обслуживания клиентов. Также руководитель может использовать результаты исследования для создания более эффективной системы обслуживания, чтобы все каналы

обслуживания (сотрудники) не простаивали и обрабатывали как можно большее количество заявок, а клиенты получали быструю и качественную услугу.

Библиографический список

1. Теория массового обслуживания: учеб. пособие /Т.В. Черушева, Н.В. Зверовщикова. Пенза: Изд-во ПГУ, 2021. 224 с.

2. Бескровная Ю.Д., Петраченко Ю.М. Эффективность использования системы массового обслуживания // форум молодых ученых. 2019. №1-1 (29).

УДК 658.3.07

ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

*Симакова Е.М., бакалавр 4-го курса
Научный руководитель: Губанова Е.В., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В работе был проведен анализ аграрного сектора, выявлены недостатки и преимущества. Предложен проект по цифровизации деятельности ООО «Козельские овощи». Были произведены расчёты и выбрана наиболее успешная стратегия.

Ключевые слова: информационные системы, аграрные предприятия, цифровизация, проектный менеджмент.

THE INTRODUCTION OF DIGITAL TECHNOLOGIES INTO THE ORGANIZATION'S ACTIVITIES

*Ivanov A. A. bachelor's degree (master's student) of the 3rd year
Supervisor: N. N. Sidorova, Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The paper analyzed the agricultural sector, identified disadvantages and advantages. A project has been proposed to digitalize the activities of Kozelskiye Veggies. Calculations were made and the most successful strategy was chosen.

Keywords: information systems, agricultural enterprises, digitalization, project management.

В современное время появляется все больше передовых информационных технологий, которые внедряются во все сферы общественной жизни включая и агрономию.

Целью данной статьи является изучение особенностей оптимизации операционной деятельности предприятия с помощью информационных технологий на примере ООО «Козельские овощи».

ООО «Козельские овощи» находится по адресу 249705, Калужская область, р-н Козельский, д. Подборки, ул. Старая Деревня, д.58/4.

Вид деятельности: выращивание овощей, бахчевых, корнеплодных и клубнеплодных культур, грибов и трюфелей [6].

В организации действует линейно-функциональная структура.

Суть предлагаемого проекта состоит во внедрении цифровых технологий в деятельность ООО «Козельские овощи». Производство требует огромных ресурсных затрат, таких как время, люди и конечно же, финансы. Также стоит отметить, что данный вид деятельности зависит в первую очередь от природных особенностей и изменений. Именно поэтому существует острая необходимость в данном проекте. Для наглядности существующих проблем в ООО «Козельские овощи» необходимо рассмотреть диаграмму Исикавы.

Также наряду с пониманием функциональных шагов процесса, часто полезно идентифицировать физические перемещения материалов, информации или персонала. Напомним, что излишние перемещения – это один из видов потерь, и их исключение повышает эффективность процесса. Первым шагом к улучшению физических потоков в процессе является составление карты с использованием диаграммы спагетти.

Цифровизация аграрного сектора ликвидирует его недостатки, связанные с потерями урожая при непредсказуемой погоде, выращивании, сборе и хранении, позволяет оперативно проводить мониторинг посевных площадей, уменьшать хищения материальных ценностей, топлива, средств

защиты растений и посевных материалов, а также оперативно реализовать продукцию с минимальным использованием человеческих ресурсов [5].

Данный проект ориентирован на то, чтобы люди, работающие в данной организации минимизировали свой труд и переходили к новому виду деятельности, связанному с инновационными технологиями. Также главный ориентир направлен на обеспечение бесперебойной работы организации в любое время года и при любых погодных условиях.

Благодаря переходу к инновационным технологиям, организация практически полностью цифровизируется, что однозначно увеличит прибыль и привлечет новых клиентов и партнеров [1].

Темпы популяризации экологически чистых продуктов нередко опережают темпы информирования граждан о том, как отличить качественный продукт от маскирующегося под него. Именно поэтому мы считаем, что ООО «Козельские овощи» действительно пользуется спросом у людей.

Окружение проекта состоит из факторов, которые могут оказать влияние на проект в ходе его выполнения и на способ его реализации. В качестве таких факторов могут выступать стратегия компании, ее внешнее окружение, законы, другие проекты и т.д.

Проанализировав данные, можно сказать, что проект проведен через полноценный жизненный цикл. Благодаря этому у участников проекта будет полное представление о задачах, сроках и стадиях проекта.

Каждый из участников проекта выполняет определенную задачу и участвует на определенном этапе реализации проекта. Команда участников проекта состоит из 9 человек. Таким образом, сделаем вывод, что определенный участник задействован в реализации проекта на нескольких этапах. То есть на каждом этапе участвует сразу несколько человек, что позволяет ускорить реализацию проекта. За каждым участником закреплены свои задачи, которые он выполняет в поставленный срок.

Самым сложным в проекте является точное прогнозирование, определение последовательности действий и сроков их выполнения. Ведь в процессе осуществления проекта могут произойти непредвиденные ситуации, и тогда менеджеру необходимо в короткие сроки находить выход из сложившейся ситуации. Для того, чтобы упростить контроль в рамках проекта, оценить, можно ли выполнить задачи в срок и с имеющимися ресурсами и упорядочить работу команды, необходимо составить календарный план проекта

Реализация данного проекта может занять не так много времени, если каждый участник будет ответственно выполнять свои задачи. Для реализации данного проекта необходимы человеческие, материально-технические, финансовые ресурсы [3].

Матрица ответственности - инструмент для управления отношениями в команде; это таблица, с помощью которой распределяют ответственность, полномочия и роли.

Проектный подход в организации применяется при реализации проектов развития, направленных на совершенствование структуры управления, оптимизацию основных и вспомогательных бизнес-процессов, внедрение информационных управляющих систем и другие [3].

Министерство сельского хозяйства РФ выделяет семь основных направлений цифровой трансформации сельского хозяйства и научно-технологического развития в области «Цифрового сельского хозяйства», что предполагает внедрение в субъектах Российской Федерации не менее шести проектов полного инновационного комплексного научно-технического цикла сквозных цифровых систем: «Цифровые технологии в управлении АПК», «Цифровое землепользование», «Умное поле», «Умный сад», «Умная теплица», «Умная ферма», основанных на современных конкурентоспособных отечественных технологиях, методах, алгоритмах [4].

Цифровые технологии в управлении агропромышленного комплекса включают в себя различные аналитические инструменты и базы данных, в результате которых пользователи получают:

1. Среднесрочные прогнозы состояния и развития основных агропродовольственных рынков.
2. Схему размещения сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности.
3. Оценку влияния различных вариантов аграрной политики на состояние сельского хозяйства, доходы потребителей, динамику внешней торговли продовольствием и сельскохозяйственным сырьем, расходы консолидированного бюджета.
4. Мониторинг состояния и тенденций развития исследований в области сельскохозяйственных наук.

5. Мониторинг состояния плодородия почв земель сельскохозяйственного назначения для обеспечения достоверной информацией о состоянии почв для последующего принятия управленческих решений.

В результате проведенных мероприятий ожидаются следующие результаты реализации цифровизации:

1. Сельскохозяйственный товаропроизводитель, подключенный к платформе цифрового сельского хозяйства (ЦСХ), получит набор инструментов, определяющих параметры планируемой культуры (животных) на основе исторических данных, соответственно параметрам и климатическими условиями в данном регионе.

2. Сельскохозяйственный товаропроизводитель, подключенный к платформе ЦСХ, автоматически сдает набор агрегированных параметров, включающих в себя характеристики посевов (стада), информацию о затраченных ресурсах, локальных условиях (метео, гидро). Производственная и финансовая отчетность предоставляется автоматически в режиме, приближенном к реальному времени с минимизацией человеческого участия. Платформа ЦСХ (исключительно) в роли агрегатора услуг банков, страховых и других компаний предлагает на выбор различные варианты кредитования (страхования), складские услуги и реализацию продукции. Доступны пакеты субсидирования, персональные пакеты технологических решений для данного сельскохозяйственного товаропроизводителя. Услуги оказывают платформы банков, страховых компаний и других участников рынка.

3. Множество конкурирующих, но обменивающихся технологической информацией платформ (на основе единых стандартов и правил), обеспечивающих реализацию продуктов питания и сельхозпродукции по модели прямых поставок от производителя к ее конечному потребителю (модель «drop shipping»), исключаяющей посредника, контролируют процессы телеметрических параметров и ключевые точки (температура, влажность, сроки, позиционирование и др.). Возможно участие в электронных торгах для поставки продукции для государственных нужд. Обеспечен контроль параметров подвижных (тракторы, комбайны, поголовье скота) и стационарных (теплицы, коровники, склады и др.) производственных объектов, доступны рекомендации по периодам использования и срокам модернизации (обновления) техники, предиктивная аналитика для ремонта и логистики запасных частей.

4. Реализованы платформы, обеспечивающие сопровождение процессов производства, предоставления данных по фьючерсам в разрезе конкретной культуры продукции «эко». Россия займет лидирующие позиции по производству такой продукции в мире.

5. На рынке будут представлены компании, управляющие платформами, которые обеспечивают сопровождение производства сельхозпродукции в части интернета вещей и управления техникой, приложения «Умное поле», «Умная ферма». К 2024 г. все отечественные производители тракторов и комбайнов будут оснащены контроллерами, совместимыми с международными стандартами и позволяющими использовать в сельском хозяйстве навесное оборудование отечественного производства.

6. В рамках Единой федеральной информационной системы земель сельскохозяйственного назначения (ЕФИС ЗСН) будет осуществлена оцифровка земель сельскохозяйственного назначения, включая состав почвы и GIS-подложку с разрешением 1 м.

7. Меры государственной поддержки зависят от набора объективных данных, предоставляемых сельхозпроизводителями.

8. К 2024 г. профильные вузы осуществят первые выпуски и полностью реализуют программы по подготовке специалистов в области обработки данных, поддержки платформ, микроэлектроники и цифрового оборудования сельского хозяйства.

9. Средние и мелкие товаропроизводители смогут повысить производительность труда через фрагментацию производства, уберизацию и образование производственных цепочек с контролируемым жизненным циклом продукции. Существенно повысится и качество продукции.

10. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации получит возможность прогнозировать цены на основные продукты перед началом сезона, что позволит обеспечить продовольственную безопасность Российской Федерации [7].

Для того чтобы предлагаемая система точного земледелия была внедрена в сельскохозяйственной организации, на первом этапе для обоснования масштабов и сроков внедрения элементов системы необходимо провести комплексную оценку хозяйства, которая включает в себя агротехнический, экономический и почвенно-климатический анализ. Внедрение технологии точного земледелия требует достаточно взвешенного экономического подхода.

Внедрять все сразу – дорого и экономически нецелесообразно, внедрение должно осуществляться поэтапно, при этом следует просчитывать каждый этап отдельно.

Первый этап: оснащение сельскохозяйственной техники необходимым навигационным оборудованием с возможностью автопилотирования и параллельного вождения, создание базы данных по состоянию земельных участков, обучение персонала.

Второй этап: накопление электронной информации по плодородию земли, по прогнозированию появления вредителей и болезней растений, по состоянию метеоусловий и прогнозов.

Третий этап: реализация системы (точное определение дозировок внесения средств защиты растений, минеральных удобрений и органики) [2].

Для того чтобы система точного земледелия работала в сельскохозяйственном предприятии в полном объеме и приносила наибольший эффект, необходимо, чтобы специалисты, которые будут внедрять ее и анализировать результаты, были достаточно подготовлены.

Можно предложить два варианта решения этой проблемы.

- Ввести в штатное расписание должность инженера-программиста и подготовить (переподготовить) специалистов предприятия для возможности обработки получаемой информации о результатах работы Системы и определения оптимальных параметров деятельности всех ее элементов во взаимодействии.

- Обязанности инженера-программиста распределить между специалистами предприятия, обладающими соответствующими навыками. Фонд оплаты труда изменится за счет доплат специалистам, выполняющим дополнительные обязанности.

Так как для функционирования системы точного земледелия необходимо объединить несколько служб предприятия, следует осуществить переподготовку таких специалистов как:

- агроном – 1 человек – затраты 40 тыс. рублей
- инженер – 1 человек – затраты 40 тыс. рублей
- экономист – 1 человек – затраты 40 тыс. рублей
- инженер-программист – 0,5 человек – затраты 226,8 тыс. рублей

Обучение будет осуществлено в первый год внедрения системы точного земледелия. Машинно-тракторный парк предприятия полностью укомплектован современными тракторами (MTЗ, Беларусь, Terrion, John Deere, New Holland, Агромаш) и сельскохозяйственными машинами, на которые возможна установка оборудования для реализации технологий точного земледелия (табл. 1).

Таблица 1 - Производственно-экономические показатели деятельности ООО «Козельские овощи»

№ п/п	Показатели	2022 г.
1	Произведено продукции растениеводства, тыс. руб.	76 543,0
2	Общая земельная площадь всего, га	35 68,0
2.1	в т. ч.: сельхозугодий, га	3558,0
2.2	из них: пашня, га	3287,0
3	Количество тракторов, ед.	35

Экономические расчеты внедрения проекта выполнены на основании данных годового отчета ООО «Козельские овощи» за 2022 г. Как видно из данных, представленных в таблице 2, затраты в результате внедрения системы точного земледелия уменьшатся на 8,3%, экономия составит 3342,9 тыс. руб.

Таблица 2 - Экономия затрат на производство продукции растениеводства при внедрении СТЗ, тыс. руб.

Вид затрат	Сумма затрат на производство	Сумма экономии затрат
Удобрения	12 270,0	2208,6
Средства защиты растений	1554,0	310,8
Нефтепродукты	5490,0	823,5
Итого	19 314,0	3342,9

Дополнительные затраты на производство продукции составят 2121,3 тыс. руб., что на 63,80% меньше, чем экономия.

Для внедрения системы точного земледелия в течение трех лет потребуется объем инвестиций на оборудование, программное обеспечение и услуги в сумме 5214,6 тыс. руб.

Финансирование проекта возможно за счет использования банковского кредита и собственных средств сельхозпредприятия. Общая стоимость и объемы финансирования по всем источникам составят 5284,6 тыс. руб., при этом предполагается, что на 37,8% проект будет реализован за счет банковского кредита и на 62,2% за счет собственных средств.

Кредитование проекта будет осуществляться банком АО «Россельхозбанк» на срок 5 лет, процентная ставка составит 17,0%, срок окупаемости инвестиций - 2,1 года.

Как показали проведенные исследования, использование Системы точного земледелия является эффективным в современных условиях.

В данной работе представлен проект по оптимизации операционной деятельности предприятия с помощью информационных технологий в ООО «Козельские овощи». В организации работает огромное количество людей, которые не могут справиться с такими объемами производства в короткий срок, именно поэтому цифровизация позволит предприятию сделать «шаг вперед» в развитии.

В работе рассмотрены сильные и слабые стороны реализации проекта, рассмотрено окружение, приведено содержание фаз жизненного цикла проекта, указаны участники проекта и их функции в его реализации, составлен календарный план проекта и матрица ответственности выполнения работ, также разработана организационная структура проекта.

Кроме того, было выявлено, что самым оптимальным способом оптимизации производства является внедрение технологии точного земледелия. Это не только облегчит работу людям, но также выведет само предприятие на новый уровень, увеличит его производительность, а, следовательно, и прибыль.

Также был проведен расчёт экономических показателей и эффективности, что позволило сделать вывод о том, что использование Системы точного земледелия является эффективным в современных условиях.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что проект может быть реализован, он имеет много сильных сторон, имеются потенциальные потребители услуги проекта, однако проект имеет определенные риски, которые могут помешать его реализации.

Библиографический список

1. Губанова Е.В. Сохранение финансовой устойчивости организаций АПК, занимающихся производством молока в условиях внешних финансовых вызовов // Калужский экономический вестник. 2023. № 3. С. 7 - 11.
2. Губанова Е.В. Цифровая экономика в агропромышленном комплексе. В сборнике: Актуальные аспекты политической конфликтологии: цифровизация, виртуализация. Сборник научных статей по материалам Международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, студентов и практиков. Под редакцией М.А. Таниной, В.А. Юдиной, О.А. Зябликовой, И.А. Юрасова. 2021. С. 125-128.
3. Лукьянова А.В. Развитие инструментов проектного менеджмента для создания цифровой инфраструктуры бизнес-проекта: монография / А.В. Лукьянова – М.: КноРУС, 2022.-144 с.
4. Сысоева, Л. А. Управление проектами информационных систем: учебное пособие / Л.А. Сысоева, А.Е. Сатунина. М.: ИНФРА-М, 2021. 345 с.
5. Цителадзе Д. Д. Управление проектами: учебник / Д.Д. Цителадзе. М.: ИНФРА-М, 2023. 361 с.
6. Официальный сайт ООО «Козельские овощи» [Электронный ресурс] // Режим доступа: сайт URL: <https://pulpro.ru/view.php?id=8083> (дата обращения 24.10.2024)
7. Официальный сайт Агрофирма «ПОИСК» [Электронный ресурс] // Режим доступа: сайт. URL: <https://www.semenasad.ru/> (дата обращения 24.10.2024)

СЕЗОННЫЙ ФАКТОР В ФОРМИРОВАНИИ ЦЕНЫ НА НЕДВИЖИМОСТЬ

Слепычина И.С., бакалавр 2-го курса

Научный руководитель: *И.В. Дробышева, профессор, доктор педагогических наук, Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. Данная статья посвящена анализу цен на недвижимость относительно изменения сезонного фактора. Рассматриваются динамика и закономерности колебания цен на двухкомнатные квартиры эконом-класса, наиболее востребованные на рынке недвижимости. В исследовании использованы данные за шесть лет (2019-2024 г.г.). Результаты анализа показали устойчивую сезонную зависимость цен, однако после 2022 года имеют место отклонения от традиционных сезонных трендов, вызванные политико-экономическими условиями. На основе сезонного фактора составлен прогноз цен на 2024 год.

Ключевые слова: сезонный фактор, рынок недвижимости, анализ цен, квартиры эконом-класса, COVID-19, стабилизация цен на недвижимость, колебания цен, двухкомнатные квартиры, сезонные тренды, Калуга.

SEASONAL FACTOR IN THE FORMATION OF REAL ESTATE PRICES

Slepychina I.S., Bachelor of the 2nd year Scientific

supervisor: *I.V. Drobysheva, Professor, Doctor of Pedagogical Sciences, Kaluga Branch of the Financial University, Kaluga*

Abstract. This article is devoted to the analysis of real estate prices with respect to changes in the seasonal factor. The dynamics and patterns of price fluctuations for two-room economy class apartments, the most in demand in the real estate market, are considered. The study used data for six years (2019-2024). The results of the analysis showed a stable seasonal dependence of prices, but after 2022 there are deviations from traditional seasonal trends caused by political and economic conditions. Based on the seasonal factor, a price forecast for 2024 has been compiled.

Keywords: seasonal factor, real estate market, price analysis, economy class apartments, COVID-19, stabilization of real estate prices, price fluctuations, two-room apartments, seasonal trends, Kaluga.

В зависимости от цели оценки имеют место различные виды стоимостей объектов недвижимости: рыночная, кадастровая, страховая, ликвидационная и т.д. При приобретении объекта, в том числе квартиры, как на вторичном, так и первичном рынках недвижимости, субъекты сделки оперируют понятием рыночной стоимости, которая определяется, исходя из соотношения спроса и предложения [1, с.16].

Одним из факторов, оказывающих влияние на спрос и предложение, является сезонность, которая обусловлена востребованностью товаров и услуг в отдельные периоды года, разницей в доходах на протяжении года, разницей в объемах предложений в зависимости от времени года и т.д. В этой связи возникает вопрос, является ли сезонный фактор одним из тех, которые влияют на цену объектов недвижимости в жилом секторе. Как следствие – какой период в течение календарного года является оптимальным для приобретения недвижимости?

В соответствии с классификацией, разработанной в 2013 году представителями Российской Гильдии Риэлторов и Фонда развития жилищного строительства (РЖС), выделяют четыре класса жилья: «эконом», «комфорт», «бизнес» и «премиум». Так как подавляющее число потенциальных покупателей жилья – это молодые семьи со средним уровнем дохода, наиболее востребованными, являются двухкомнатные квартиры эконом класса. Сказанное обусловило выбор двухкомнатных квартир эконом класса для проведения анализа цен с позиции наличия или отсутствия действия сезонного фактора.

Для формирования гипотезы о влиянии фактора сезонности на цену квартиры был проведен ежемесячный анализ цен за последние 6 лет, включая период пандемии. Для этого были использованы соответствующие данные таких застройщиков жилья эконом класса, как ГК СП МинскСтройЭкспорт - ЖК «Веснушки», Рубин – ЖК «Семейный, ГК «ФСК» - ЖК «Дружба», Корпорация «КОШЕЛЕВ» - ЖК «Кошелев Парк». Анализ динамики цен показал, что в рамках каждого календарного года цена и в среднем за исследуемый период имеет место динамика цен, отличительными особенностями которой являются периодичность их роста и снижения, а также стабильность в снижении цен с мая по июль-август. На рис.1 представлены графики цен на двухкомнатные квартиры эконом класса от различных застройщиков и в целом по Калуге, демонстрирующие данные выводы.



Рисунок 1. Средние данные цен на двухкомнатные квартиры эконом класса от различных застройщиков и в целом по Калуге

Очевидно, время отпусков, периоды получения большего дохода, связанные с концом и началом календарного года, это факторы, влияющие на цены и их изменение.

Результаты данного этапа анализа послужили основанием для более детального исследования зависимости цен на недвижимость от сезонного фактора и построения соответствующего прогноза.

Для характеристики фактора сезонности определяют следующие показатели: показатель сезонности $P_{сезон}$, индекс сезонности для каждого месяца, показатель прогноза. Первый из них характеризует отличие значения величины исследуемого в определенный период времени показателя от среднего его уровня за год. Индекс сезонности, рассчитываемый для каждого месяца, показывает характер изменения показателя по месяцам годового цикла, выраженный в процентах. Показатель прогноза – это линейное уравнение, позволяющее найти прогнозируемое значение исследуемого показателя. В таблице 1 представлены формулы для нахождения обозначенных показателей фактора сезонности.

Таблица 1 – Формулы расчета показателей сезонности

Показатель	Формула	Пояснение
12-ти месячные средние	$A = \frac{Y_{факт.i}}{12}$	$Y_{факт.i}$ – 12-ти месячная сумма, которую рассчитываем суммированием $Y_{факт}$ за двенадцать рядом стоящих месяцев
Центрированные средние	Центр.средние = $\frac{(A_n + A_{n+1})}{2}$	$(A_n + A_{n+1})$ – сумма двух 12-ти месячных средних показателей
Показатель (коэффициент) сезонности	$P_{сезон} = \frac{Y_{факт}}{Центр.средние} * 100\%$	$Y_{факт}$ – фактическая цена, Центр.средние – сумма 12-ти месячных средних, деленная на 2
Индекс сезонности	$I_j = P_{сезон} * j$	I_j – индекс сезонности j-го месяца, $\sum P_{сезон} * j$ – помесечное суммирование показателей сезонности
Прогнозируемый показатель	$Y_{t+1} = a * X + b$	t+1 – прогнозный период, X – условное обозначение периода, a и b – коэффициенты, рассчитываемые по формуле $a = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i - \frac{(\sum_{i=1}^n Y_i)^2}{n}}{\sum_{i=1}^n X_i - \frac{(\sum_{i=1}^n X_i)^2}{n}}$, где n = число уровней временного ряда

Применяя формулу нахождения индекса сезонности, были получены его значения для каждого месяца. Рассчитывая прогнозируемый показатель, получаем коэффициент $a = 242542,338$. В таблице 1 приведены формулы для расчета указанных показателей, а также необходимые параметры для их вычисления.

Для построения прогноза стоимости двухкомнатных квартир эконом класса в г. Калуга на 2024 год с разбивкой по месяцам была использована формула прогнозной цены, которая позволяет рассчитать цену для будущего периода, с учетом тренда и индекса сезонности: $Y_{t+1} =$

$(a \cdot X + b) \cdot I_j / 100$. Результат прогноза представлен в таблице 2. Рассчитывая среднюю относительную ошибку, его величина показывает точность прогнозирования, оценивая разницу между фактическими и прогнозными ценами по формуле $\square = \frac{1}{n} \cdot \sum_{i=1}^n \left[\frac{|y_{ф} - y_{п}|}{y_{ф}} \cdot 100 \right]$, где n – $y_{факт}$ – фактическая цена, $y_{п}$ – уравнение тренда. Получаем, что $\square = 14,25$. Данное значение точности прогноза является хорошим, поскольку входит в пределы 10-20%. Но сравнение прогнозных цен с реальными в первых трех кварталах 2024 года позволяет утверждать о его невысокой точности. Отклонение прогнозной цены от фактической вычисляется по формуле: $\Delta\% = \frac{y_{факт} - y_{п}}{y_{п}} \cdot 100\%$, где $\Delta\%$ – относительное отклонение (в процентах), y – фактическая цена, $y_{п}$ – прогнозная цена. И составляет $\Delta \approx -13,53\%$, фактическая цена ниже прогнозируемой.

Таблица 2 – Прогнозирование цены недвижимости на двухкомнатные квартиры на 2024 год

	Месяц	Средняя цена квартиры, руб.

На основе расчетов и анализа понимаем, что прогнозные значения стоимости двухкомнатных квартир эконом-класса в г. Калуга на 2024 год в целом не совпадают с реальными значениями. Средняя относительная ошибка прогноза составила 14,25%, что находится в допустимых пределах точности (10–20%), а отклонение прогнозной цены от фактической в первых трёх кварталах 2024 года составила $\approx -13,53\%$, что свидетельствует о наличии дополнительных по отношению к предыдущим периодам факторов, обеспечивающих отрицательную разницу между реальной и прогнозной ценой.

В контексте изучения действия фактора сезонности также был проведен анализ относительного изменения цен. Под этим показателем понимают процентное изменение стоимости объектов недвижимости по сравнению с предыдущим периодом, что позволяет оценить динамику роста или снижения цен в зависимости от времени года, а также помогает выявить закономерности изменения на рынке недвижимости. Чтобы найти величину относительного изменения цен, используется следующая формула: $\Delta P = \frac{P_t - P_{п}}{P_{п}}$, где ΔP – относительное изменение цены (в процентах), P_t – текущая цена недвижимости за выбранный период, $P_{п}$ – цена недвижимости за предыдущий период. Его исследование проводилось как в рамках каждого календарного года, так и на основе средних месячных значений с 2019 по 2023 годы по каждому из ЖК в отдельности и в целом по всем в Калуге.

Как можно видеть, анализируя графики на рис.2, тенденция сезонной зависимости по показателю роста цен выражена больше.

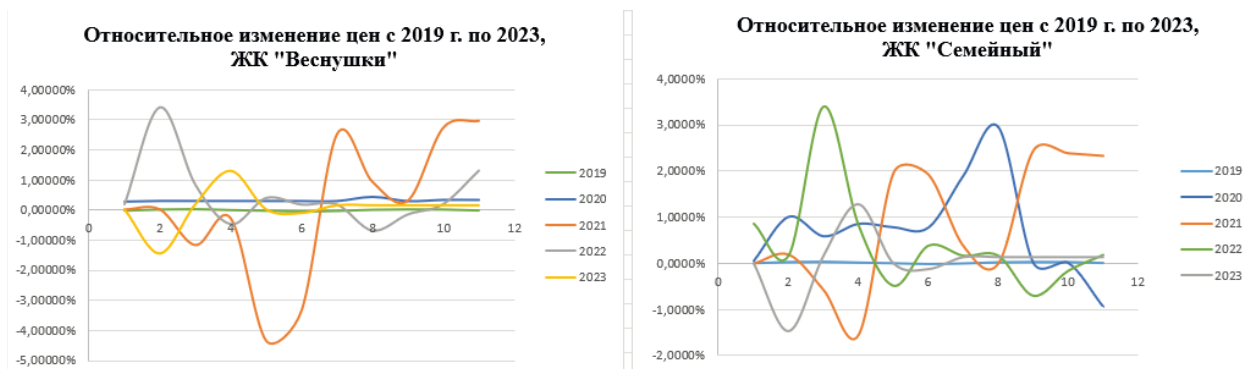


Рисунок 2. Средние данные цен на двухкомнатные квартиры эконом класса от различных застройщиков

Для проведения качественного помесечного анализа изменения цен на недвижимость в период с 2019 по 2024 г.г., рассмотрим квартиры эконом класса от застройщика ГК СП МинскСтройЭкспорт - ЖК «Веснушки», который располагается в районе Правый берег, г. Калуга.

2019 год считается важным для анализа, поскольку он предшествовал началу пандемии COVID-19, которая началась в России в 2020 году, и продемонстрировал свойственные сезонные колебания на рынке недвижимости. Анализ относительного изменения цены за 2019 год показывает, что пандемия не оказала значительного влияния на рост цен, поскольку в последующий период они оставались стабильными в рамках обычных тенденций. Наблюдается всплеск роста цены в августе - сентябре, что соответствует третьему кварталу, а наиболее выгодный период для приобретения квартир – середина второго квартала. Данные за 2020 и 2021 годы подтверждают устойчивость сезонных колебаний.

Если посмотреть на период 2020-2021 г.г., то тенденция изменения цен в 2020 и 2021 году одинаковая. Основной пик цен приходится на сентябрь, относительное изменение цены в 2021 году увеличилась на 3%. Следовательно, делаем вывод что, наиболее не выгодное время для покупки квартир – это с середины августа по октябрь, что свидетельствует о повышении спроса в третьем квартале. Можно предположить, что одна из причин – это окончание отпускного сезона. Наиболее выгодный месяц – это первый месяц, потому что в январе проходят самые долгие выходные и люди не задумываются о больших покупках и настроены на праздники и отдых. Также наиболее выгодным месяцем является июнь, который относится ко второму кварталу, когда относительное изменение цены уменьшается приблизительно на 4%. Скорее всего это связано со снижением спроса перед отпускным сезоном.

Существенно ситуация изменяется в 2022 году. В первом квартале наблюдается резкий скачок относительного изменения цены на недвижимость, всплеск цены возрос почти на 100%, что в значительной степени объясняется политико-экономической ситуацией в стране, в том числе введенными экономическими санкциями. Однако в течение года росит значений относительного изменения цен не является таким сильным. В 2023 году рост продолжался, но уже умеренными темпами, как наблюдалось в начале 2022 г. Максимальный прирост изменения цен падает с 3,3% до 1%, что свидетельствует о начале стабилизационного процесса. Это подтверждается тем, что к концу 2023 года темпы роста изменения цен замедлились, а колебания стали менее выраженными.

Данный вывод также подтверждается результатами 2024 года. Анализ относительного изменения цен в 2024 год позволяет утверждать, что цены на недвижимость находятся в состоянии относительной стабилизации, и значительных их скачков не наблюдается. Это свидетельствует о завершении посткризисного периода и стабилизации на рынке недвижимости. Данный вывод согласуется с результатом прогноза относительного изменения цен на основе фактора сезонности. В соответствии с ним относительное изменение цены в 2024 году варьируется от -0,31% до 0,15%. Данный результат свидетельствует о появлении тенденции снижения цен. С точки зрения проблемы вложения средств в недвижимость данный период не является оптимальным.

Данные выводы были подтверждены при анализе относительного изменения цен на квартиры в ЖК «Семейный», находящийся в другом районе г. Калуга, а именно в районе Турынино.

Начиная с 3 квартала 2019 года наблюдается рост изменения цен на 0,02% и продолжается до сентября-октября месяца, и уменьшение роста замечается с июня на 0,023%. Период 2020 и 2021 года показывает схожую картину анализа относительности изменения цен недвижимости, что и в

выше рассматриваемом ЖК «Веснушки», пик увеличения изменения цены наблюдается с середины 3 квартала, а значительное уменьшение роста изменения цены просматривается на середину 2 квартала. Что касается периода после 2022 года, наблюдаем резкий всплеск роста изменения цены в 1,04 раза в начале года, и в последующие месяцы наблюдается процесс стабилизации, который подтверждается 2024 годом.

Таким образом, результаты анализа относительного изменения цены позволили разбить исследуемый период на два. Первый – это период до 2022 года, когда изменение цены происходило в зависимости от сезона, и даже кризис, вызванный пандемией COVID-19, не оказал значительного влияния на рост изменения цен, тенденция оставалась такая до начала 2022 года. Начало второго периода – это 2022 год, когда произошел резкий скачок роста изменения цен недвижимости. Рассматривая относительное изменение цен на недвижимость в рамках каждого из данных этапов, справедливым остается вывод о влиянии сезонного фактора на относительное изменение цены на недвижимость.

Библиографический список

1. Яроцкая Е.В. Основы оценки объектов недвижимости: учеб. пособие / Е. В. Яроцкая, А. В. Матвеева, Я. В. Зайцева. Краснодар : КубГАУ, 2020. 66 с.

УДК 519.2

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ ТЕОРИИ ВЕРОЯТНОСТЕЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: АНАЛИЗ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ «ВИРУСНОСТИ» КОНТЕНТА

Шершкина А.В., бакалавр 3-го курса

Слепычина И.С., бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Н.В. Никаноркина, кандидат педагогических наук, доцент,
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В статье рассматривается применение методов теории вероятностей для анализа контента в социальных сетях с целью выявления уровня популярности контента и предсказания трендов. Определены факторы, влияющие на популярность публикаций, приведен пример расчета вероятности степени распространения контента. Подчеркнута важность интеграции теоретических основ с практическими инструментами их реализации для оптимизации стратегий продвижения в социальных сетях.

Ключевые слова: теория вероятностей, анализ данных, социальные сети, предсказание трендов, вероятностные модели.

THE USE OF PROBABILITY THEORY METHODS IN SOCIAL NETWORKS: ANALYSIS AND DETERMINATION OF THE "VIRALITY" OF CONTENT

Shershkina A.V., Bachelor of the 3rd year

Slepychina I.S., Bachelor of the 2nd year

*Scientific supervisor: N.V. Nikanorkina, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
Kaluga Branch of the Financial University, Kaluga*

Abstract. The article discusses the application of probability theory methods to analyze content on social networks in order to identify the level of popularity of content and predict trends. The factors influencing the popularity of publications are determined, and an example of calculating the probability of the degree of content distribution is given. The importance of integrating theoretical foundations with practical tools of their implementation to optimize promotion strategies in social networks is emphasized.

Keywords: probability theory, data analysis, social networks, trend prediction, probability models.

В последнее время, когда социальные сети стали важной частью нашей жизни, популярность контента играет ключевую роль в продвижении брендов, общении с аудиторией и формировании мнений. Вирусное распространение материалов оказывает мощное влияние на общественные тренды, а также на поведение и предпочтения пользователей. Однако сам процесс превращения контента в вирусный остаётся довольно сложным и многослойным. Цель данной работы состоит в том, чтобы выяснить, как методы теории вероятностей могут быть использованы для предсказания популярности публикаций и выявления факторов, способствующих их «вирусности». Под

вирусностью контента понимается высокая скорость распространения информации и значительная охваченность аудитории.

Как известно, теория вероятностей изучает закономерности случайных явлений и процессов различной природы и позволяет предсказывать их исход на основании известных данных. В контексте социальных сетей вероятностные методы можно использовать для оценки степени популярности контента, для построения моделей распространения информации и предсказания активности пользователей. Знание вероятности того, что пост станет популярным, позволяет более эффективно продвигать контент, планировать маркетинговые стратегии и развивать платформу на основе пользовательского поведения.

Современные исследования демонстрируют, что популярность контента зависит от различных факторов: времени публикации, активности первых пользователей, качества визуального ряда и эмоциональной составляющей сообщений. Понимание вероятностных факторов, влияющих на «вирусность», критично для исследователей и маркетологов, которые стремятся спрогнозировать, как информация будет распространяться и какие публикации имеют наибольшие шансы на широкое распространение.

«Вирусность» контента в социальных сетях зависит от множества факторов, которые могут быть учтены при помощи вероятностных моделей. К числу основных факторов можно отнести:

Скорость начального распространения.

Вероятность того, что контент станет вирусным, значительно повышается, если он набирает большое количество просмотров и репостов сразу после публикации.

Влияние ключевых пользователей (инфлюенсеров).

Влияние инфлюенсеров на вирусность контента заключается в их способности быстро привлекать внимание широкой аудитории благодаря большому числу подписчиков и высокому уровню доверия к их рекомендациям. Когда ключевой пользователь делится публикацией, она воспринимается как более значимая, что стимулирует других пользователей взаимодействовать с ней и делиться дальше.

Инфлюенсеры усиливают социальную валидацию контента: их действия создают эффект каскада, при котором каждый новый участник увеличивает охват материала. Это превращает отдельное взаимодействие в цепную реакцию, значительно повышающую вероятность вирусного распространения.

Тематика и актуальность контента.

Определенные темы имеют высокий потенциал для вирусного распространения, особенно если они актуальны и соответствуют общественным интересам.

Механизмы социальной валидации.

Социальные сети предоставляют видимые метрики (лайки, комментарии, просмотры), которые усиливают вирусное распространение за счет механизма социальной валидации, когда пользователи больше склонны взаимодействовать с контентом, популярность которого уже высока.

Вирусное поведение контента в сети может быть описано с помощью случайных величин, таких как количество просмотров, лайков, репостов и комментариев. Используя законы распределения этих случайных величин (например, распределение Пуассона для редких событий или экспоненциальное распределение для моделирования времени между действиями), можно описывать и предсказывать динамику популярности поста. Эти распределения помогают выявить, насколько необычно поведение определенного контента и есть ли у него потенциал для вирусного распространения.

С помощью теоремы Байеса, которая гласит, что вероятность наступления некоторого события А при условии, что произошло событие В, можно определить, если известна вероятность события В при наступлении события А, априорная вероятность события А и общая вероятность события В. Иными словами, теорема Байеса позволяет обновлять априорные оценки вероятностей на основе новой информации. Применяя этот принцип, можно оценить, как различные факторы, такие как тематика поста, время его публикации и начальная активность пользователей (например, количество лайков или комментариев), влияют на вероятность того, что пост станет вирусным. Например, если пост набрал определенное количество репостов за первые несколько минут, теорема Байеса позволяет пересчитать вероятность того, что этот пост достигнет вирусного статуса, с учетом всех имеющихся данных о начальной активности и других характеристиках.

Для более глубокого понимания вероятностных механизмов «вирусности» контента обратимся к расчетам с использованием условной вероятности. На примере открытой группы

Калужского филиала Финуниверситета в социальной сети «ВКонтакте» продемонстрируем работу вероятностных методов, позволяющих оценить вероятность того, что пост станет вирусным в социальных сетях. Эти расчеты позволят лучше понять, как различные факторы влияют на шансы поста достичь широкой аудитории.

Для начала мы собрали статистические данные о всех постах с 01.09.23 по 01.10.24, в их число вошли: количество лайков, просмотров, комментариев и репостов (рис.1).

	A	B	C	D	E	F
1	№	Дата поста	Лайки	Просмотры	Комментарии	Репосты
2	1	01.09.2023	64	2400	0	9
3	2	01.09.2023	87	4500	0	8
4	3	02.09.2023	38	2600	1	5
5	4	04.09.2023	12	1800	0	7
6	5	07.09.2023	7	1500	0	5
7	6	08.09.2023	12	1500	0	2

Рисунок 1. Фрагмент таблицы со статистическими данными

Далее мы выделили те публикации, которые стали «вирусными» на основании того, что они получили более 100 лайков, и публикации с высоким уровнем вовлеченности, которые набрали более 3000 просмотров. Получили следующие исходные данные: $N=418$, $v=32$, $E=56$, где N – общее количество публикаций, v – количество «вирусных» публикаций (те, которые набрали более 100 лайков), E – количество публикаций с высоким уровнем вовлеченности (те, которые набрали более 3000 просмотров).

После этого были вычислены вероятности:

1) Вероятность того, что публикация станет «вирусной» (по классической вероятности):

$$P(v) = \frac{v}{N} = \frac{32}{418} = 0,077$$

2) Вероятность того, что публикация получит высокий уровень вовлеченности:

$$P(E) = \frac{E}{N} = \frac{56}{418} = 0,134$$

3) Вероятность того, что публикация будет иметь высокий уровень вовлеченности, при условии, что она «вирусная» (из 32 вирусных публикаций 13 получили высокий уровень вовлеченности):

$$P(E|v) = \frac{13}{32} = 0,41$$

Теперь, используя формулу условной вероятности, рассчитаем вероятность того, что публикация станет «вирусной», если она уже получила высокий уровень вовлеченности:

$$P(v|E) = \frac{P(E|v) \cdot P(v)}{P(E)} = \frac{0,41 \cdot 0,077}{0,134} \approx 0,24$$

Таким образом, вероятность того, что публикация станет вирусной при высоком уровне вовлеченности, составляет около 24%. Это указывает на то, что высокая вовлеченность не гарантирует «вирусность». Несмотря на активное взаимодействие аудитории (лайки, просмотры, репосты), шансы на широкое распространение публикации остаются относительно небольшими. Это означает, что для достижения «вирусного» эффекта необходимо учитывать и другие факторы, помимо вовлеченности.

Анализ данных исследуемой группы и проведенные расчёты указывают на превалирование интереса аудитории к контенту, освещающему аспекты студенческой жизни, спортивные достижения, деятельность университета, научные успехи и работу преподавательского состава. Это позволяет сделать вывод о необходимости существенной корректировки стратегии контент-планирования в сторону усиления указанных направлений. Полученные данные свидетельствуют о тесной связи аудитории с университетом и высокой заинтересованности в событиях и людях, составляющих его сообщество.

Важно помнить о качестве, интересе и визуальной привлекательности контента. Разнообразие форматов, регулярность публикаций и активное взаимодействие с аудиторией помогут повысить вовлечённость и расширить охват аудитории. Постоянный мониторинг реакции аудитории и корректировка стратегии контент-маркетинга необходимы для достижения успешного результата.

Библиографический список

- ентцель Е. С. Теория вероятностей. " Юстиция", 2018.
- ищенко И. Е. Военная культура в цифровом пространстве: анализ контента социальных сетей (опыт изучения тематической группы на платформе ВКонтакте) // Наследие веков. 2022. №3 (31). URL: prpu-na-platforme (дата обращения: 18.11.2024).
- ураков А.Н. Анализ социальных сетей // Социологические исследования. 2001. Т. 1. С. 109-121.
- ыхгулыева А.Х., Хыдырова А.Г. Прикладное использование методов теории вероятностей и математической статистики в экономике //Всемирный ученый. 2024. Т. 1. №. 21. С. 90-96.
- фициальное сообщество КФ Финуниверситета [Электронный ресурс] // [сайт]. URL: https://vk.com/finuniver_kf (дата обращения: 18.11.2024).

Секция 4. Инновации в финансово-экономическом образовании как драйвер устойчивого развития региона

УДК 336.025

ОБЕСПЕЧЕНИЕ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ СУБФЕДЕРАЛЬНЫХ БЮДЖЕТОВ

Герасимова А.Н., бакалавр 4-го курса
Научный руководитель: Бушинская Т.В., к.э.н., доцент
Тульский филиал Финуниверситета, Тула

Аннотация. В работе показана значимость налогового контроля для формирования доходов бюджетной системы, рассмотрены и проанализированы результаты контрольной работы налоговых органов Тульской области в разрезе камеральных и выездных налоговых проверок. Отмечен рост результативных проверок и рост доначислений на одну проверку на фоне снижения числа контрольных мероприятий.

Ключевые слова: налоговый контроль, субъект Российской Федерации, результаты контрольной работы, результативность и эффективность контрольной работы.

ENSURING THE BALANCE OF SUB-FEDERAL BUDGETS

Gerasimova A. N. bachelor's degree of the 4th year
B: T. V. Bushinskaya, Candidate of Economics, Associate Professor
Tula Branch of the University of Finance, Tula

Abstract. The article shows the importance of tax control for the formation of revenues of the budget system, examines and analyzes the results of the control work of the tax authorities of the Tula region in the context of desk and field tax audits. There was an increase in effective inspections and an increase in donations per inspection against the background of a decrease in the number of control measures.

Keywords: tax control, the subject of the Russian Federation, the results of the control work, the effectiveness and efficiency of the control work.

В настоящее время основное место в системе государственного финансового контроля занимает налоговый контроль, так как в рыночной экономике основным фискальным и регулирующим инструментом, обеспечивающим формирование ресурсов государства, являются налоги.

Таблица 1 – Количество налогоплательщиков, состоящих на учете в УНФС России по Тульской области

Показатель	2019г.	2020г.	2021г.	2022г.
Всего единиц, в т. ч.:	1 449 846	1 558 126	1 659 883	1 813 659
ЮЛ	32 851	29 925	35 423	37 718
ИП	21 981	20 809	22 545	23 781
ФЛ	1 395 014	1 507 392	1 601 915	1 752 160

Одной из приоритетных задач государства в связи с этим является организация налогового контроля, который представляет собой деятельность уполномоченных органов по контролю за соблюдением законодательства о налогах и сборах в порядке, установленном Кодексом [1].

Отметим, что процедуры налогового контроля регламентированы на федеральном уровне, при этом субъекты Федерации не вправе вносить какие-либо изменения в установленный порядок проведения контрольных мероприятий. Вместе с тем, наблюдаются существенные различия в уровне развития и структуре хозяйственного комплекса субъектов Федерации, что обуславливает необходимость поиска путей совершенствования контрольных мероприятий с учетом регионального аспекта.

Для выявления возможностей совершенствования налогового контроля в регионе и повышения его результативности нами проведен анализ результатов контрольной работы налоговых органов Тульской области на основе официальной отчетности налоговых органов (отчеты 1 НМ, 2 НК) [9]. Из представленных данных следует, что поступления налогов имеют устойчивую тенденцию к росту. В период с 2020г. по 2022г. начисление и поступление налогов увеличилось на 28 024 139 тыс. руб. или на 25,4%. Увеличение может быть связано с мерами поддержки наиболее пострадавших отраслей в период пандемии. Налог на прибыль организаций вырос на 10 549 598 тыс. руб. или на 18,7% к уровню 2020 года. Налог на доходы физических лиц также увеличился на 4 692 440 тыс. руб. или на 16,7%. Интересная динамика наблюдается у налога на добавленную стоимость. В 2020г. промышленность была экспортно-ориентированной и НДС по экспорту взимался в объеме, превышающем НДС к уплате в бюджет по товарам на территории РФ. В 2022г. году в условиях изменения геополитической обстановки экспорт существенно сократился. За рассматриваемый период рост составил 10 673 356 тыс.руб. Динамику роста сохраняют и все остальные налоги.

По данным отчетов УФНС России по Тульской области за 2018-2022 годы нами рассчитана результативность контрольных мероприятий в разрезе видов проверок (рис. 1,2).

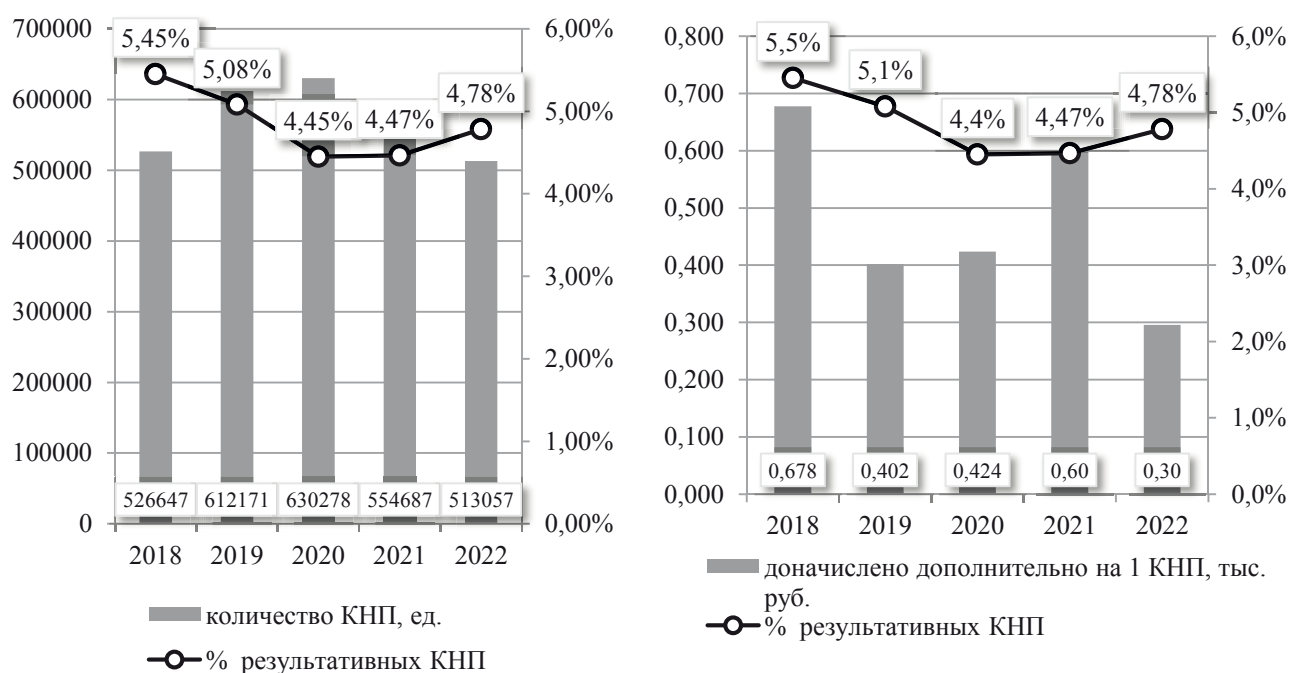


Рисунок 1. Динамика и результативность КНП по Тульской области [9]

Из представленных данных следует, что на протяжении анализируемого периода присутствует тенденция к снижению КНП, что обусловлено двумя основными факторами: сокращением числа налогоплательщиков на территории региона и отменой ежеквартальной налоговой отчетности по ряду региональных и местных налогов. Минимум в исследуемом периоде отмечается в 2022г. Анализ результатов показал, что количество КНП уменьшается, как и КНП с нарушениями. Был выявлен низкий показатель результативности, который варьируется от 5,45% до 4,78%. Низкая результативность КНП не означает низкий уровень их проведения, поскольку в ходе КНП редко выявляются правонарушения. Это можно аргументировать тем, что существует ограниченный объем информации и документов, которые предоставляют налогоплательщики. Дополнительно начисленные платежи за анализируемый период снизились на 205 228 тыс. руб.

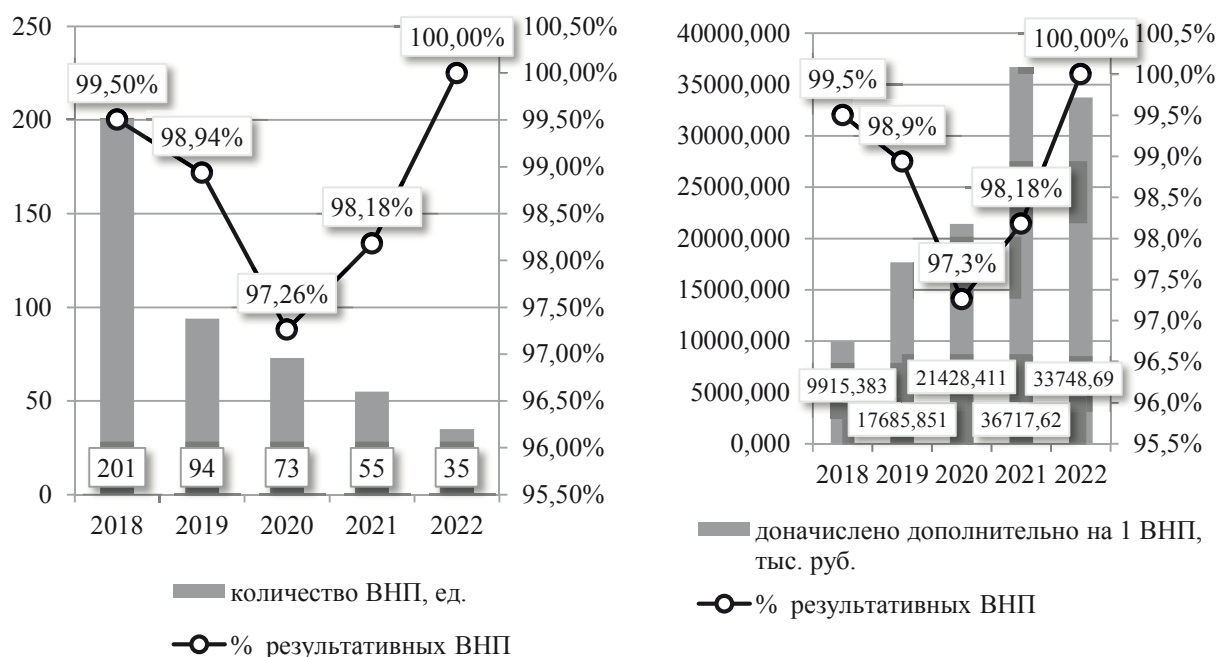


Рисунок 2 – Динамика и результативность ВВП по Тульской области [9]

Количество ВВП существенно уменьшается в анализируемом периоде. С 2018 по 2022г. количество ВВП уменьшилось на 166 единиц, в то время как доначисления имеют устойчивую тенденцию к росту. Одной из причин уменьшения количества ВВП могла стать аналитическая работа, которая позволяет без выхода на выездную налоговую проверку побудить налогоплательщиков, применяющих агрессивные схемы ухода от налогообложения, добровольно уплатить налоги. Результативность ВВП на протяжении всего анализируемого периода варьируется от 97,3% до 100%. Количество проверок падает, а средняя сумма растёт – это характеризует проверки как более успешные. Также динамика свидетельствует об успешной реализации риск-ориентированного подхода в деятельности налоговых органов Тульской области.

В ходе анализа результатов контрольной работы в разрезе налогов установлена зависимость структуры доначислений от хозяйственной специализации Тульской области. Наибольший объем доначислений наблюдается по видам экономической деятельности, которые являются отраслями рыночной специализации хозяйства области. В связи с этим считаем целесообразным при составлении плана выездных налоговых проверок использовать помимо рекомендованных ФНС России [9] дополнительные показатели на основе рейтинга результатов контрольных мероприятий по видам экономической деятельности и по видам налогов. Использование дополнительных показателей не требует принятия нормативных актов, а их расчет основан на данных из открытых официальных источников. Ожидается, что использование дополнительных показателей на основе рейтингования результатов контрольных мероприятий повысит результативность налоговых проверок.

Библиографический список

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Ч1. [Электронный ресурс]: федер. закон от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 28.12.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2023). СПС КонсультантПлюс. (дата обращения: 11.11.2024).
2. О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации о налогах и сборах [Электронный ресурс]: федер. закон от 15.04.2019 № 63-ФЗ (последняя редакция). СПС КонсультантПлюс. (дата обращения 11.11.2024).
3. Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок [Электронный ресурс]: приказ ФНС России от 30.05.2007 N ММ-3-06/333@ (ред. от 10.09.2012). СПС КонсультантПлюс. (дата обращения 08.11.2024).
4. Ордынская Е.В. Организация и методика проведения налоговых проверок: учебник. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2023. 448 с. (дата обращения: 01.11.2024).
5. Бушинская Т.В., Налоги и налогообложение: учебное пособие. М.: КноРус, 2022. 204 с. (дата обращения: 30.10.2024).
6. Исхакова Г.М. Налоговый контроль: учебное пособие. М.: Русайнс, 2022. 122 с. (дата обращения 11.11.2024).
7. Горина Д.В. роль проведения камеральной налоговой проверки в системе налогового контроля [Электронный ресурс] // Экономика и социум. 2022. №6-1 (97). <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-provedeniya-kameralnoy-nalogovoy-proverki-v-sisteme-nalogovogo-kontrolya> (дата обращения: 10.11.2024).
8. Егоров А.А. Налоговые проверки как основная форма налогового контроля [Электронный ресурс] // Экономика и социум. 2022. №2-1 (93). <https://cyberleninka.ru/article/n/nalogovye-proverki-kak-osnovnaya-forma-nalogovogo-kontrolya> (дата обращения: 05.11.2024).
9. Официальный сайт Федеральной налоговой службы РФ [Электронный ресурс]. <https://www.nalog.gov.ru/rn71/> (дата обращения 11.11.2024).

УДК 346.24

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕХАНИЗМА НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ (БАНКРОТСТВА) ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ

*Глякова А.А., Гордеева М.Д., бакалавры 4-го курса
Научный руководитель: Сидорова Т.А., к.э.н
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В работе рассмотрено понятие банкротства(несостоятельности) физических лиц, его причины, признаки, процедура и последствия. Приведены и проанализированы статистические данные о банкротстве физических лиц по России и Калужской области. Выявлены основные тенденции в сфере банкротства физических лиц.

Ключевые слова: банкротство, несостоятельность, кредит, задолженность, процедура банкротства, реализация имущества, реструктуризация долга, финансовая подушка

TENDENCIES DEVELOPMENT OF THE MECHANISM OF INSOLVENCY (BANKRUPTCY) OF INDIVIDUALS

*A.A. Glyakova., M.D. Gordeeva, bachelor of the 4th course
Supervisor: T.A. Sidorova, Candidate of Economic Sciences
Kaluga Branch of the Financial University, Kaluga*

Abstract. The paper considers the concept of bankruptcy (insolvency) of individuals, its causes, signs, procedure and consequences. The statistical data on the bankruptcy of individuals in Russia and the Kaluga region are given and analysed. The main tendencies in the sphere of bankruptcy of individuals are revealed.

Keywords: bankruptcy, insolvency, credit, debt, bankruptcy proceedings, property realisation, debt restructuring, financial cushion

В последние десятилетия институт банкротства физических лиц стал важным инструментом в системе финансовых отношений. В условиях экономической нестабильности, роста долговой нагрузки и изменения социально-экономических условий актуальность изучения механизма несостоятельности физических лиц возрастает.

В России в течение продолжительного времени законодательство регулировало процедуру банкротства только для индивидуальных предпринимателей и юридических лиц. Однако после финансового кризиса 2008 года появилась необходимость адаптировать эту процедуру и для

обычных граждан. Это было вызвано ростом долговых обязательств населения по кредитам, которые они не могли погасить из-за сложной финансовой ситуации в стране. Процедура банкротства физических лиц была официально введена в российское законодательство только в 2015 году, в то время как за рубежом данная практика существовала уже длительное время.

Ст. 2 Федерального закона «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 № 127-ФЗ закрепила понятие несостоятельности (банкротства) – это признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам, о выплате выходных пособий и (или) об оплате труда лиц, работающих или работавших по трудовому договору, и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей [1]. В последние годы в России были внесены изменения в законодательство, направленные на упрощение процедуры банкротства физических лиц. Например, введение упрощенной процедуры для должников с небольшими долгами сделало процесс более доступным и менее затратным. Это также способствует росту числа заявлений о банкротстве.

Говоря о банкротстве граждан, можно выделить отдельные категории, которые чаще всего прибегают к данной процедуре. К ним можно отнести людей с низким уровнем дохода, которые не могут обслуживать свои кредиты. Например, гражданин, потерявший работу и не имеющий других источников дохода, может накопить долги по кредитам и коммунальным платежам. Также молодые семьи, которые взяли ипотеку или потребительские кредиты сразу после свадьбы, могут столкнуться с финансовыми трудностями, если один из супругов потеряет работу или если расходы на детей окажутся выше ожидаемых. Кроме того, в долговую яму попадают граждане, вынужденные тратить значительные суммы на лечение, могут оказаться в ситуации, когда медицинские расходы превышают их финансовые возможности. Однако чаще всего за процедурой банкротства обращаются студенты и молодежь до 25 лет, которые составляют более 10% всех банкротящихся граждан. Связано это с тем, что многие студенты берут кредиты для оплаты обучения. Также молодежь часто прибегает к потребительским кредитам для покупки техники, автомобилей или других товаров. Кроме того, в условиях экономической нестабильности молодежь может сталкиваться с трудностями при поиске работы или получении стабильного дохода, что делает их уязвимыми к долговым обязательствам. Еще одной группой лиц, часто прибегающих к банкротству являются пенсионеры и пожилые люди старше 65 лет. С выходом на пенсию многие люди теряют основную часть своего дохода, который обеспечивался работой. Пенсионные выплаты могут быть недостаточными для покрытия всех расходов, особенно если у человека есть дополнительные долги. Также смерть супруга или партнера может привести не только к эмоциональным трудностям, но и к финансовым проблемам, так как общий доход семьи уменьшается, а расходы могут остаться прежними или даже увеличиться. Сводя всю информацию о категориях граждан причастных к процедуре несостоятельности, можно отметить, что средний возраст банкротов в России составляет 46-64 года [5].

Рассмотрим динамику процедур банкротства граждан (рисунок 1). В 2015 году было зарегистрировано 9395 исков о банкротстве физических лиц. В 2016 году их количество возросло до 32016, в 2017-м – до 39 884, а в 2018 году достигло 58 711. В 2019 году число заявлений о признании банкротом должников-физлиц значительно увеличилось и составило 91 371. В 2020 году в арбитражные суды поступило более 191 604 заявлений, что на более чем 30% превышает показатели предыдущего года. Из них 153 135 касались физических лиц, и это было связано с массовыми потерями рабочих мест из-за пандемии COVID-19. Важно отметить, что в 2020 году процедура банкротства стала более доступной благодаря введению внесудебного механизма. В 2021 году количество банкротств граждан, включая индивидуальных предпринимателей, составило 192 795, в 2022-м – 278 059, а в 2023-м – 350 788. За первые девять месяцев 2024 года было признано банкротами 300 623 граждан и ИП, из которых в 36 029 случаях была применена процедура реструктуризации долгов. Почти все процедуры банкротства инициируются самими должниками – 96,7%, против 2,8%, инициированных кредиторами. Лидирующими регионами являются Московская область, Краснодарский край, Москва и Свердловская область [2].

В целом рост банкротств физических лиц продолжается с момента принятия закона в 2015 году, однако темпы немного замедляются, что может указывать на переход к более стабильному уровню ежегодного количества процедур, если не произойдут экономические потрясения, такие как повышение ставки рефинансирования ЦБ.

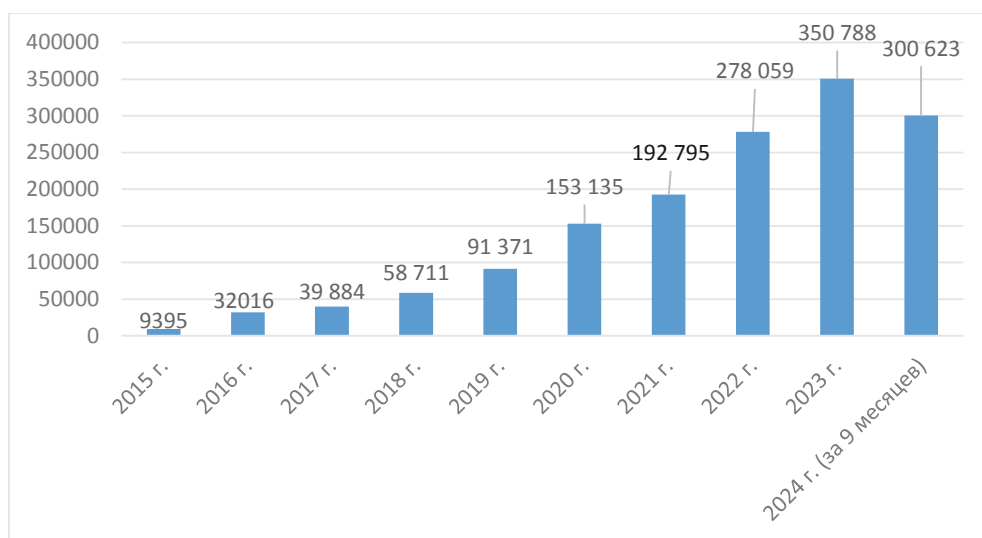


Рисунок 1. Количество процедур банкротства граждан по статистике «Федресурса» за 2015-2024 гг.

В Калужской области, как и в других регионах, физические лица могут проходить процедуру банкротства как через суд, так и через внесудебный механизм. По статистическим данным, число дел физических лиц, завершаемых списанием долгов, на протяжении 2015-2024 гг. имеют тенденцию к росту, что говорит о том, что процедура банкротства становится все более востребованной. В 2015 году в регионе было списано всего 7 долгов. В 2022 году отмечается самое большое число списаний – 3114. На сегодняшний день, за 9 месяцев 2024 года в Калужской области зарегистрировано 2653 дела, среди которых 2572 гражданина с реализацией имущества и 81 с реструктуризацией долга. В целом по региону за весь период было завершено 10 058 процедур банкротства (1,09% от России) на сумму 9,1 млрд. руб. Высокая вероятность списания долгов, достигающая 99,22%, свидетельствует о том, что граждане активно используют доступные механизмы для решения своих финансовых проблем [4].

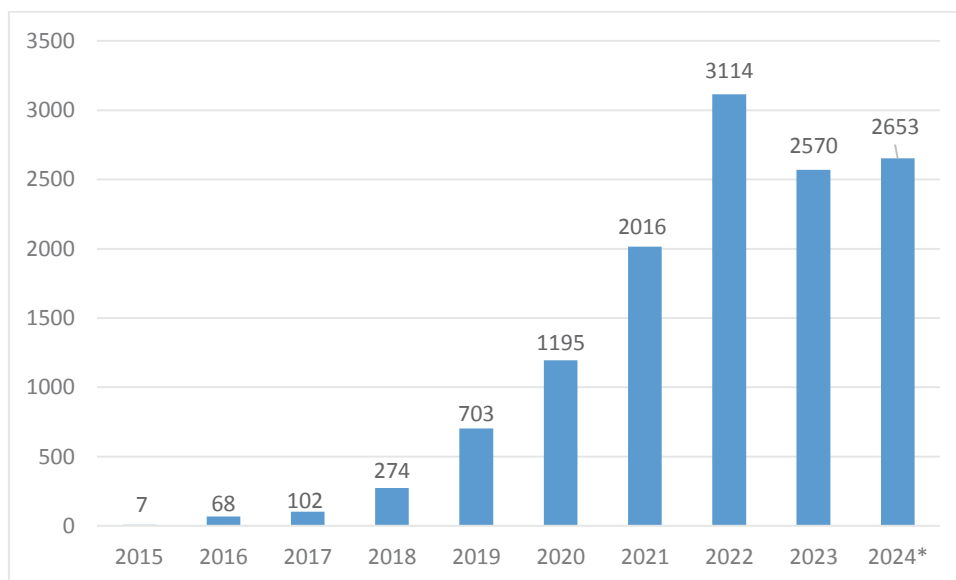


Рисунок 2. Статистика по списанию долгов в Калужской области за 2015-2024 гг.

В последние годы экономическая ситуация в России претерпела значительные изменения, вызванные множеством факторов, включая международные санкции, колебания валютных курсов, изменения в мировой экономике и увеличение долговой нагрузки на граждан. Эти обстоятельства оказали сильное влияние на финансовое положение многих россиян, что, в свою очередь, привело к росту числа случаев банкротства физических лиц.

Санкции, введенные против России в ответ на различные политические и экономические события, привели к ограничению доступа к международным рынкам и ресурсам. Это создало

дополнительные трудности для бизнеса и населения, усугубив финансовые проблемы. Изменения в мировой экономике, включая инфляцию и нестабильность на глобальных рынках, также оказали влияние на уровень доходов и потребительские расходы. Колебания валютных курсов, особенно рубля, сделали кредиты в иностранной валюте более затратными для заемщиков, что усилило финансовую нагрузку на граждан. В итоге, многие оказались в ситуации, когда их доходы не покрывали обязательства по кредитам и займам. Увеличение долговой нагрузки стало еще одним фактором, способствующим банкротству: многие люди, пытаясь справиться с растущими долгами, не могли найти выхода из сложившейся ситуации.

Банкротство физического лица – это процедура, которая может стать спасением для тех, кто оказался в сложной финансовой ситуации. Однако прежде чем обращаться в суд с заявлением о банкротстве, важно понимать признаки, указывающие на то, что человек действительно находится на грани банкротства.

Первый и самый очевидный признак банкротства – это неспособность погасить свои обязательства. Если человек сталкивается с ситуацией, когда его доходы не покрывают ежемесячные платежи по кредитам, займам и другим обязательствам, это сигнализирует о финансовых трудностях. Особенно тревожным сигналом является наличие просроченных платежей и постоянные звонки от коллекторов.

Второй признак – более десяти процентов общего объема финансовых обязательств и (или) обязательств по уплате обязательных платежей, которые есть у гражданина и срок исполнения которых истек, не были выполнены им в течение более одного месяца с момента, когда они должны были быть исполнены.

Третий признак – размер задолженности гражданина превышает стоимость его имущества, в том числе права требования;

Четвертый признак - наличие постановления об окончании исполнительного производства в связи с тем, что у гражданина отсутствует имущество, на которое может быть обращено взыскание.

Перед подачей заявления о банкротстве необходимо провести проверку своей финансовой документации:

- Составить список всех кредиторов и задолженностей.

- Подготовить документы, подтверждающие финансовое положение (банковские выписки, договора, акты).

- Оценить свою имущественную базу (недвижимость, автомобили, другие активы).

В 2024 году пройти процедуру банкротства можно одним из этих способов: стандартным – через арбитражный суд и упрощенным – через МФЦ.

Банкротство через МФЦ имеет свои условия для подачи заявления. Долг должен составлять от 50 000 до 500 000 рублей, должник должен быть физическим лицом, например, индивидуальным предпринимателем, и не иметь имущества, которое можно было бы продать для погашения долгов. К преимуществам этой процедуры относятся бесплатность, так как она не требует оплаты госпошлин или услуг адвокатов, скорость – вся процедура занимает около 6 месяцев, и простота – меньше формальностей и требований по сравнению с судебной процедурой.

Этапы процедуры включают подготовку документов, где должник собирает необходимые бумаги, включая заявление о банкротстве и информацию о своих долгах, доходах и имуществе. Затем заявление подается в многофункциональный центр (МФЦ) по месту жительства должника. После этого МФЦ проверяет документы и принимает решение; если все в порядке, начинается процесс банкротства. В течение 6 месяцев происходит списание долгов, если должник соответствует всем условиям. Однако существуют ограничения: не все виды долгов подлежат списанию, например, алименты и требования по зарплате. Если кредиторы обнаружат нарушения в процессе, они могут обратиться в суд для оспаривания процедуры.

Теперь рассмотрим судебную процедуру банкротства. Условия для подачи заявления включают наличие долга, превышающего 500 000 рублей, или ситуацию, когда должник не соответствует условиям для упрощенной процедуры. Должником может быть как физическое, так и юридическое лицо. Преимущества судебной процедуры заключаются в более широком круге возможностей для списания долгов и возможности защиты прав должника в суде.

Этапы судебной процедуры начинаются с выбора финансового управляющего, который будет следить за процессом банкротства. Далее необходимо собрать более обширный пакет документов, включая финансовые отчеты и доказательства неплатежеспособности, после чего

заявление подается в арбитражный суд по месту жительства или регистрации должника. Суд изучает документы, заслушивает стороны и принимает решение о признании должника банкротом или отказе. Если суд признает должника банкротом, назначается финансовый управляющий, который будет заниматься реализацией имущества должника (если оно есть) и распределением средств между кредиторами.

Среди ограничений судебной процедуры можно выделить более длительный срок (от 6 до 12 месяцев), возможные дополнительные расходы на услуги финансового управляющего и судебные издержки, а также возможность оспаривания действий должника кредиторами в случае их неправомерности [3].

Само банкротство может быть осуществлено двумя способами:

1. Реструктуризация долгов: Должник получает рассрочку на погашение долгов, но процедура редко назначается, так как требуется высокий доход. Сроки составляют от 6 месяцев до 5 лет.

2. Реализация имущества: Имущество должника продается, деньги идут кредиторам, оставшиеся долги списываются. Сроки составляют от 3 месяцев, могут быть больше, если есть имущество.

В некоторых случаях сначала назначается реструктуризация (6 месяцев), а затем реализация имущества. Это увеличивает сроки до 12 месяцев и расходы, так как за каждую процедуру должник платит. Если должник не может оплатить реструктуризацию, он может ходатайствовать о начале реализации имущества сразу.

Выбор между упрощенной процедурой через МФЦ и стандартной процедурой через суд зависит от суммы долгов, наличия имущества и других факторов. Упрощенная процедура подходит для тех, у кого небольшие долги и нет активов, тогда как стандартная процедура может быть необходима для более сложных случаев с большими долгами. В любом случае рекомендуется проконсультироваться с юристом или специалистом в области банкротства для выбора наиболее подходящего пути.

Несмотря на возможность легального освобождения от долгов, процедура банкротства имеет множество последствий, как положительных, так и отрицательных, которые существенно влияют на финансовое и социальное положение должника. В отличие от ряда зарубежных юрисдикций, где последствия объявления банкротом могут включать длительные ограничения на ведение предпринимательской деятельности, ограничение доступа к кредитным ресурсам и значительное общественное осуждение, в РФ установлены менее жесткие механизмы.

Во-первых, в качестве последствия банкротства физического лица, закон устанавливает обязанность гражданина-банкрота в течение последующих 5 лет в случае заключения договоров займа или кредита уведомлять кредитора о том, что в отношении него была проведена процедура банкротства гражданина. Во-вторых, в течение следующих 5 лет гражданин не сможет повторно подать заявление о банкротстве. В-третьих, гражданин в течение трех лет со дня признания его банкротом не вправе занимать руководящие должности юридического лица.

Сводя вышеизложенную информацию, основные тенденции банкротства физических лиц в России включают:

1. Рост обращений: Увеличение заявлений о банкротстве с 2015 года из-за накопленных долгов и лучшей осведомленности.

2. Экономическая нестабильность: Связь с кризисами, инфляцией и снижением доходов населения.

3. Упрощение процедур: Снижение порога долгов, позволяющего подать на банкротство. В России происходят изменения в механизме банкротства физических лиц, направленные на упрощение процедур и повышение финансовой грамотности населения.

Таким образом, ключевым фактором в борьбе с банкротством физических лиц является создание финансовой подушки безопасности. Это поможет людям справляться с непредвиденными расходами и минимизировать риск возникновения долгов. Кроме того, создание финансовой подушки безопасности не только защитит граждан, но и укрепит экономику страны. Повышение финансовой грамотности также важно, так как оно учит людей разумно заимствовать, планировать бюджет и управлять активами. Для предотвращения банкротства важны комплексные меры: законодательные изменения, образовательные программы и пропаганда финансовой ответственности.

Библиографический список

1. Федеральный закон "О несостоятельности (банкротстве)" от 26.10.2002 N 127-ФЗ (последняя редакция)
2. Единый федеральный реестр сведений о банкротстве / [Электронный ресурс] // Федресурс : [сайт]. URL: <https://bankrot.fedresurs.ru/bankrupts> (дата обращения: 02.11.2024).
3. Как проходит процедура банкротства физических лиц и какие у неё последствия / [Электронный ресурс] // SkillboxMedia : [сайт]. URL: <https://skillbox.ru/media/business/kak-prokhodit-protsedura-bankrotstva-fizicheskikh-lits-i-kakie-u-neye-posledstviya/> (дата обращения: 02.11.2024).
4. Особенности банкротства физических лиц в Калужской области / [Электронный ресурс] // Долгам.нет : [сайт]. URL: <https://dolgam.net/articles/regions/kaluzhskaya-oblast/> (дата обращения: 02.11.2024).
5. Статистика банкротства граждан в России за 2023 год / [Электронный ресурс] // Частный портал о банкротстве : [сайт]. URL: <https://bankrotstvo.info/article/kredit-i-zaym/statistika-bankrostva-grazhdan-v-rossii/> (дата обращения: 02.11.2024).

УДК 336.14

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ БЮДЖЕТОМ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Глякова А.А. бакалавр 4-го курса
Научный руководитель: Авдеева В.И., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация. В работе рассмотрены понятия и особенности регионального бюджета и управления им, а также проанализированы основные критерии оценки качества управления бюджетом субъекта РФ. Проведен анализ финансовой устойчивости регионального бюджета по одной из методик. Представлены данные мониторинга и оценки качества управления бюджетным процессом в муниципальных образованиях Калужской области. Рассмотрены факторы, влияющие на качество управления региональным бюджетом.

Ключевые слова: бюджет, управление бюджетом, исполнение бюджета, планирование бюджета, контроль, отчетность, финансовая устойчивость, рейтинг, мониторинг

ASSESSMENT OF THE QUALITY OF BUDGET MANAGEMENT IN THE KALUGA OBLAST

A.A. Glyakova, bachelor of the 4th course
Supervisor: V.I. Avdeeva, Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. The paper considers the concepts and features of the regional budget and its management, and analyses the main criteria for assessing the quality of budget management of the subject of the Russian Federation. The financial sustainability of the regional budget according to one of the methods is analysed. The data of monitoring and evaluation of the quality of budget process management in the municipalities of the Kaluga Oblast are given. The factors influencing the quality of regional budget management are considered.

Key words: budget, budget management, budget execution, budget planning, control, reporting, financial stability rating, monitoring

Нестабильная обстановка на международном рынке оказывает отрицательное влияние на российскую экономику. В связи с этим особенно важно создать эффективную систему бюджетных отношений.

В современных условиях динамичного развития экономики и социальной сферы, управление бюджетом субъекта Российской Федерации (субъекта РФ) становится одной из ключевых задач, стоящих перед органами власти на всех уровнях. Бюджет является не только финансовым инструментом, но и важным средством реализации государственной политики, направленной на обеспечение стабильного социально-экономического развития региона. Эффективное управление бюджетом позволяет не только оптимально распределять ограниченные ресурсы, но и повышать качество жизни населения, способствуя развитию инфраструктуры, здравоохранения, образования и других жизненно важных сфер.

Что такое бюджет субъекта РФ? Бюджеты субъектов Российской Федерации – это финансовые планы, которые разрабатываются и исполняются на уровне отдельных регионов (субъектов РФ), таких как области, республики, края, города федерального значения и автономные округа. Они представляют собой важный инструмент финансового управления и бюджетной

политики. Основная цель этих бюджетов – обеспечить выполнение обязательств перед населением регионов [3].

Очевидно, что каждый бюджет субъекта нуждается в управлении. Управление бюджетом субъекта Российской Федерации (субъекта РФ) представляет собой процесс планирования, исполнения и контроля бюджетных средств, который направлен на достижение социально-экономических целей региона. Сводя информацию, управление бюджетами субъектов РФ включает в себя несколько ключевых процессов:

1. Планирование бюджета. На этом этапе определяются приоритеты и цели, которые необходимо достичь в рамках бюджетного периода. Учитываются потребности населения, экономические условия и прогнозируемые доходы. Затем составляются проекты бюджета, которые включают статьи доходов и расходов. Важно обеспечить соответствие между планируемыми расходами и реальными финансовыми возможностями региона. Проекты бюджета обсуждаются с заинтересованными сторонами, включая местные органы власти, бизнес-сообщество и граждан. После обсуждения проект бюджета представляется на утверждение законодательному органу субъекта РФ.

2. Исполнение бюджета. После утверждения бюджета осуществляется распределение средств между различными статьями и направлениями расходов. Важно следить за тем, чтобы расходы соответствовали утвержденному бюджету. Это включает в себя мониторинг выполнения бюджетных обязательств и контроль за целевым использованием средств. В случае изменения экономической ситуации или непредвиденных обстоятельств может потребоваться внесение изменений в бюджет (например, перераспределение средств).

3. Контроль и аудит. Каждый уровень управления (например, министерства, департаменты) осуществляет внутренний контроль за исполнением бюджета, что включает в себя проверку правильности и целесообразности расходов. Независимые органы (например, Счетная палата) в свою очередь проводят внешние проверки исполнения бюджета, анализируя эффективность использования средств и выявляя нарушения. Также по итогам исполнения бюджета составляются отчеты, которые представляются как органам власти, так и населению. Это способствует повышению прозрачности и подотчетности.

4. Оценка результатов. После завершения бюджетного периода проводится анализ достигнутых результатов по сравнению с запланированными целями. Оценивается, насколько эффективно были использованы бюджетные средства [2].

На основе анализа результатов исполнения бюджета формируются рекомендации для будущего планирования. Это помогает повысить эффективность управления бюджетом и приспосабливаться к новым условиям.

Оценка качества управления бюджетом субъекта РФ может основываться на нескольких критериях:

- Эффективность представляет собой соотношение между достигнутыми результатами и использованными ресурсами. Эффективное управление предполагает, что ресурсы используются оптимально для достижения максимальных результатов.

- Прозрачность. Качество управления бюджетом также определяется уровнем доступности информации о его формировании, исполнении и контроле. Прозрачность способствует повышению доверия граждан к органам власти.

- Подотчетность. Органы власти должны быть подотчетны перед населением за использование бюджетных средств. Это включает в себя механизмы отчетности и возможности для граждан участвовать в процессе контроля.

- Сбалансированность: расходы не должны превышать доходы. Это важно для обеспечения финансовой стабильности региона.

- Адаптивность. Успешное управление бюджетом требует способности быстро адаптироваться к изменяющимся экономическим условиям и потребностям населения.

В условиях реформирования бюджетного процесса на региональном уровне становится особенно важным своевременно оценивать финансовую устойчивость бюджета субъекта Российской Федерации. Эти оценки помогают определить возможности для дальнейшего социально-экономического развития, качество бюджетного планирования и прогнозирования, а также эффективность регулирования и контроля. Поскольку в российском законодательстве нет четкого определения термина «устойчивость бюджета», существует множество методов и подходов к её оценке. Одним из самых известных является методика, предложенная профессором Г.Б. Поляком, который считает, что уровень устойчивости бюджета зависит от суммы средств,

необходимых для покрытия минимальных, заранее определённых бюджетных расходов. Под минимальными расходами подразумеваются средства, заложенные в бюджете для финансирования мероприятий, гарантированных Конституцией для обеспечения жизнедеятельности населения.

Рассмотрим состояние регионального бюджета Калужской области. По оперативным данным, доходы бюджета Калужской области в 2023 году составили 91,9 млрд рублей, что на 7% больше запланированного объема. Расходы области составили 91,4 млрд рублей, в результате чего бюджет оказался с профицитом в 478 млн рублей, что соответствует 0,05% от общего объема доходов. В 2023 году налоговые и неналоговые поступления в бюджет составили 72,7 миллиарда рублей, что на 9 миллиардов рублей больше, чем в 2022 году, что соответствует росту на 14%. Основным фактором этого увеличения стали поступления от налога на прибыль организаций, которые возросли на 6 миллиардов рублей (32%) благодаря росту прибыли у прибыльных компаний. Также увеличились поступления от налога на доходы физических лиц на 2,3 миллиарда рублей (11%) из-за повышения фонда заработной платы, а акцизы на подакцизные товары выросли на 1 миллиард рублей (7,5%) благодаря увеличению объемов продаж пива и росту акцизов на крепкий алкоголь [4].

Согласно проведенной оценке финансовой устойчивости бюджета Калужской области (таблица 1), доля собственных средств в бюджете (Дс/Д) свидетельствует о его абсолютной устойчивости. В 2023 году этот показатель достиг 80%, что на 7% выше, чем в 2022 году, и на 8% больше, чем в 2021 году. Увеличение этого показателя указывает на рост финансовой независимости бюджета Калужской области. Однако стоит отметить, что коэффициент Бп/Д, который отражает отношение безвозмездных поступлений к общему объему доходов, имеет тенденцию к снижению, что является нормой для абсолютно устойчивого бюджета. Также важно обратить внимание на задолженность бюджета. Несмотря на снижение коэффициента в 2022 году и рост в 2023 году, общий долг продолжает увеличиваться. В 2021 году показатель задолженности к расходам (З/Р) составил 33%, что указывает на нормальную устойчивость бюджета, но не на абсолютную (которая составляет 35-45%). В 2022 году этот показатель снизился до 32% из-за увеличения бюджетных расходов и долга, а в 2023 году он немного вырос до 34%. В целом, бюджет Калужской области, согласно методике Г.Б. Поляка нельзя охарактеризовать как абсолютно устойчивый, так как один из показателей не соответствует норме абсолютной устойчивости.

Таблица 1 – Динамика показателей финансовой устойчивости бюджета Калужской области.
(по методике Г.Б. Поляка)

Показатель	Норма	2021г.	2022г.	2023г.	Отношение +/- 2023г. к	
					2021г.	2022г.
Дс/Д	>0,6 абсолютно устойчивое	0,72	0,73	0,80	0,08	0,07
Бп/Д	<0,4 абсолютно устойчивое	0,28	0,27	0,20	-0,01	-0,07
З/Р	0,3-0,35 нормальная устойчивость	0,33	0,32	0,34	-0,01	0,02

Ежегодно формируется рейтинг субъектов, разделяемых на три группы по качеству управления финансами, результаты которого публикуются на сайте Министерства финансов. Происходит разделение регионов Российской Федерации на следующие группы: субъекты РФ с высоким качеством управления региональными финансами, субъекты с надлежащим качеством управления региональными финансами, а также субъекты с низким качеством управления региональными финансами.

Согласно результатам оценки качества управления региональными финансами, за прошедший 2023 год, к субъектам РФ с высоким качеством управления региональными финансами относятся 26 регионов страны, в список которых входит Калужская область.

В целом, качество регионального бюджета зависит не только от основных показателей, но и от общего развития муниципальных образований, входящих в регион.

Рассмотрим, как проходил мониторинг и оценка качества управления бюджетным процессом в Калужской области в 2023 году. Проверка проводилась по 304 муниципальным

образованиям региона, основываясь на индикаторах, установленных приказом Министерства финансов Калужской области от 27 марта 2014 года № 55 (с изменениями от 16 апреля 2024 года № 128) «Об утверждении Порядка проведения мониторинга и оценки качества управления бюджетным процессом в муниципальных образованиях Калужской области».

Мониторинг включает в себя несколько ключевых направлений:

- качество бюджетного планирования;
- качество исполнения бюджета;
- качество управления долговыми обязательствами;
- степень прозрачности бюджетного процесса [1].

В рамках оценки качества управления бюджетным процессом используется балльная система, где максимальное количество баллов составляет 77. По результатам мониторинга, наивысший балл среди поселений получил город Таруса с 75 баллами, тогда как минимальные показатели зафиксированы в деревне Манино и селе Волковское – по 53 балла.

Среди муниципальных районов и городских округов лидером стал Малоярославецкий район с 70 баллами. Второе место заняли Сухиничский и Тарусский районы (по 68 баллов), а третье место разделили Бабынинский, Козельский районы и город Людиново с 67 баллами. В этом году Малоярославецкий район улучшил свои позиции на одну ступень, Сухиничский – на три, Тарусский – на две, Козельский – на пять, а Бабынинский и Людиновский районы поднялись на четыре позиции.

Сравнение с результатами 2022 года показывает, что 15 муниципальных образований улучшили качество управления бюджетом, в то время как 8 потеряли свои позиции, а у 3 муниципальных образований изменения не произошли.

На основе полученных баллов муниципальные образования области разделены на три группы: с низким, надлежащим и высоким качеством управления бюджетным процессом (таблица 2).

Таблица 2 – Рейтинг муниципальных образований Калужской области по качеству управления финансами за 2022-2023 гг.

№	Наименование муниципальных районов и городских округов	Баллы по итогам		Место		Динамика	Уровень управления
		2022 год	2023 год	2022 год	2023 год		
1	Малоярославецкий район	71	70	2	1	1	высокий
2	Сухиничский район	67	68	5	2	3	
3	Тарусский район	68	68	4	2	2	
4	Город Людиново и Людиновский район	65	67	7	3	4	
5	Козельский район	64	67	8	3	5	
6	Бабынинский район	65	67	7	3	4	
7	Хвастовичский район	60	66	12	4	8	
8	Мещовский район	72	65	1	5	-4	надлежащий
9	Ульяновский район	68	65	4	5	-1	
10	Думиничский район	66	65	6	5	1	
11	Куйбышевский район	62	65	10	5	5	
12	Мосальский район	70	64	3	6	-3	
13	Медынский район	68	64	4	6	-2	
14	Спас-Деменский район	63	62	9	7	2	
15	Дзержинский район	62	62	10	7	3	
16	Город Обнинск	65	62	7	7	0	
17	Перемышльский район	64	61	8	8	0	
18	Юхновский район	63	61	9	8	1	
19	Город Киров и Кировский район	68	60	4	9	-5	
20	Жиздринский район	64	60	8	9	-1	
21	Жуковский район	63	60	9	9	0	
22	Боровский район	62	60	10	9	1	
23	Ферзиковский район	61	60	11	9	2	
24	Барятинский район	65	59	7	10	-3	
25	Износковский район	65	56	7	11	-4	
26	Город Калуга	50	52	13	12	1	низкий

Исходя из этого, в области выделились следующие группы муниципальных образований по качеству управления бюджетным процессом.

К муниципальным образованиям с высоким уровнем управления среди районов и городских округов относятся Бабынинский, Козельский, Малоярославецкий, Сухиничский, Тарусский и Хвостовичский районы, а также город Людиново и Людиновский район.

К муниципальным образованиям с надлежащим качеством управления можно отнести Брятинский, Боровский, Дзержинский, Думиничский, Жиздринский, Жуковский и Износковский районы, а также город Киров и Кировский район, Куйбышевский, Медынский, Мещовский, Мосальский, Перемышльский, Спас-Деменский, Ульяновский, Ферзиковский и Юхновский районы, а также город Обнинск.

Город Калуга характеризуется низким качеством управления бюджетным процессом.

Таким образом, из 278 поселений области 116 улучшили свои позиции. Среди городских и сельских поселений 67 относятся к категории с высоким качеством управления, 209 – к надлежащему качеству, а 2 поселения (по одному из Людиновского и Тарусского районов) имеют низкое качество управления.

Следует подчеркнуть, что Качество управления бюджетом в Калужской области, как и в любом другом регионе, зависит от множества факторов. К ним можно отнести следующее:

- Политическая стабильность. Эффективное управление бюджетом требует стабильной политической среды, где решения принимаются быстро и последовательно.

- Квалификация кадров. Уровень профессионализма и компетентности работников финансовых органов и местного самоуправления существенно влияет на качество планирования и исполнения бюджета.

- Прозрачность и отчетность. Открытость бюджетного процесса для общественности и наличие механизмов контроля способствуют повышению доверия к власти и эффективному использованию бюджетных средств.

- Экономическое состояние региона. Уровень экономического развития, налоговые поступления и наличие инвестиций напрямую влияют на объемы бюджета и его устойчивость.

- Управление долгами. Эффективное управление государственным долгом и обязательствами позволяет избежать финансовых кризисов и обеспечить стабильное финансирование.

- Инновации и технологии. Внедрение современных информационных технологий в бюджетный процесс может повысить его эффективность и снизить уровень коррупции.

- Социальные потребности населения. Учет потребностей граждан при формировании бюджета помогает более эффективно распределять ресурсы и повышать качество жизни.

- Взаимодействие с бизнесом. Налаженные отношения с предпринимательским сообществом могут привести к увеличению налоговых поступлений и улучшению экономической ситуации в регионе.

- Качество планирования. Эффективное стратегическое планирование, включая долгосрочные прогнозы, позволяет более точно определять приоритеты и распределять ресурсы.

- Мониторинг и оценка результатов. Постоянный мониторинг исполнения бюджета и оценка его результатов помогают выявлять проблемы и корректировать действия в реальном времени.

Таким образом, в последние годы многие субъекты Российской Федерации, включая Калужскую область, демонстрируют прогресс в области бюджетного планирования, прозрачности расходования средств и вовлеченности граждан в бюджетный процесс. Эти факторы способствуют повышению доверия населения к органам власти и улучшению качества предоставляемых государственных услуг.

Однако для достижения более высоких стандартов управления бюджетом необходимо продолжать совершенствование методов планирования, контроля и оценки эффективности использования бюджетных средств. Важно также развивать механизмы обратной связи с населением, чтобы учитывать его потребности и приоритеты при формировании бюджета.

В заключение, можно подчеркнуть, что качество управления бюджетом субъектов РФ имеет значительный потенциал для дальнейшего улучшения. Системный подход к внедрению современных технологий, повышение квалификации кадров и активное сотрудничество с бизнес-сообществом будут способствовать созданию более эффективной и прозрачной бюджетной

системы. Это, в свою очередь, станет основой для устойчивого развития регионов и повышения качества жизни граждан.

Библиографический список

1. Приказ Министерства финансов Калужской области от 27.03.2014 № 55 (ред. от 16.04.2024 № 128) «Об утверждении Порядка проведения мониторинга и оценки качества управления бюджетным процессом в муниципальных образованиях Калужской области»
2. Авдеева, В. Ю., Шелгунова, С. А., Костина, О. И. Финансовая безопасность Калужской области и направления ее обеспечения [Текст] / В. Ю. Авдеева, С. А. Шелгунова, О. И. Костина // Современные научные исследования и разработки. 2019. № 1(30). С. 64-68.
3. Бюджет субъекта РФ - составная часть бюджетной системы РФ // Образовательный портал «Справочник». Дата последнего обновления статьи: 23.04.2024. URL https://spravochnick.ru/finansy/byudzheta_subekta_rf_-_sostavnaya_chast_byudzhethnoy_sistemy_rf/ (дата обращения: 09.11.2024).
4. Министерство финансов Калужской области / [Электронный ресурс] // Портал органов власти Калужской области: [сайт]. URL: <https://minfin.admoblkaluga.ru/?ysclid=m3a9dyxh1r445840766> (дата обращения: 09.11.2024).

УДК 338.1

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРОГРАММ В КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Денисова Е.Д., бакалавр 4-го курса

Научный руководитель: *Авдеева В.И. к.э.н профессор*
Калужский филиал Финансового университета Калуга

Аннотация. В данной статье рассматривается оценка эффективности реализации государственных программ развития Калужской области, направленных на стимулирование экономического роста, социальное развитие и улучшение инфраструктуры региона. В работе анализируются ключевые показатели, отражающие результаты внедрения программ, такие как валовой региональный продукт, уровень занятости, инвестиционная привлекательность и качество жизни населения. В работе дается оценка эффективности реализации государственной программы «Экономическое развитие в Калужской области» в 2023 году.

Ключевые слова. Государственная программа, валовой региональный продукт, экономическое развитие, уровень занятости, качество жизни, региональное развитие, экономическая привлекательность, инвестиции.

EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF THE IMPLEMENTATION OF STATE DEVELOPMENT PROGRAMS IN THE KALUGA REGION

Denisova E.D., bachelor degree of the 4th year

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

Annotation. This article examines the assessment of the effectiveness of the implementation of state development programs of the Kaluga region aimed at stimulating economic growth, social development and improving the infrastructure of the region. The paper analyzes key indicators reflecting the results of the implementation of programs, such as gross regional product, employment level, investment attractiveness and quality of life of the population. The paper assesses the effectiveness of the implementation of the state program "Economic development in the Kaluga region" in 2023.

Keywords. State program, gross regional product, economic development, employment level, quality of life, regional development, economic attractiveness, investments.

Государственная программа представляет собой комплекс мероприятий, которые взаимосвязаны по задачам, срокам выполнения и ресурсам, а также инструменты государственной политики, направленные на достижение приоритетов и целей в области социально-экономического развития и обеспечения безопасности жизнедеятельности в Калужской области. Государственные программы играют центральную роль в социально-экономическом развитии региона, так как они служат основой для системного подхода к решению актуальных проблем и реализации стратегических задач. Государственные программы Калужской области разделены на тематические блоки, представленные в таблице 1.

В каждый блок входят несколько программ, некоторые из них представлены в таблице, которые способствуют достижению поставленных целей. Каждая из государственных программ имеет паспорт, в котором указываются ответственные исполнители программы, цели реализации, направления, сроки и этапы реализации, а также объемы финансирования. На данный момент в Калужской области государственные программы утверждены в 2024 году и будут действовать и поэтапно реализовываться до 2030 года.

Таблица 1 – Соответствие блоков государственным программам, реализуемых в Калужской области с 2024 года

Название блока	Программа
Сохранение населения, здоровье и благополучие людей	«Развитие здравоохранения в Калужской области» (постановление Правительства Калужской области от 11.01.2024 № 33)
Возможности для самореализации и развития талантов	«Развитие туризма в Калужской области» (постановление Правительства Калужской области от 12.01.2024 № 34) (в ред. постановления Правительства Калужской области от 29.01.2024 № 78)
Комфортная и безопасная среда для жизни	«Формирование современной городской среды в Калужской области» (постановление Правительства Калужской области от 31.01.2019 № 50) (в ред. постановления Правительства Калужской области от 19.03.2024 № 168)
Достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство	«Развитие предпринимательства и инноваций в Калужской области» (постановление Правительства Калужской области от 10.01.2024 № 28)
Цифровая трансформация	«Цифровое развитие и повышение качества государственных и муниципальных услуг в Калужской области» (постановление Правительства Калужской области от 09.01.2024 № 1)

В целом про государственные программы Калужской области можно сказать, что они направлены на решение таких ключевых вопросов, как развитие инфраструктуры, создание новых рабочих мест, поддержка малого и среднего бизнеса, а также улучшение качества образования и здравоохранения. Государственные программы играют ключевую роль в социально-экономическом развитии Калужской области, обеспечивая устойчивый рост и улучшение качества жизни населения. Они способствуют экономическому развитию, создавая благоприятные условия для предпринимательства через налоговые льготы для инвесторов, субсидии на открытие новых производств и поддержку малого и среднего бизнеса. Это, в свою очередь, приводит к созданию новых рабочих мест и повышению уровня жизни. Социальная стабильность также является важным аспектом этих программ. Они направлены на улучшение доступности медицинских услуг, развитие образовательных учреждений и поддержку малообеспеченных слоев населения. Эти меры помогают создать более устойчивое общество и обеспечивают защиту наиболее уязвимых групп.

Инфраструктурное развитие является еще одной важной составляющей. Программы включают модернизацию транспортной инфраструктуры, развитие жилищного строительства с учетом современных стандартов, а также улучшение систем водоснабжения и водоотведения. Эти инициативы не только повышают качество жизни, но и делают регион более привлекательным для бизнеса и инвестиций. Кроме того, акцент на инновациях и устойчивом развитии способствует внедрению зеленых технологий и поддержке стартапов в области высоких технологий. Программы по охране окружающей среды создают основу для формирования устойчивой экономики, способной адаптироваться к современным вызовам. Важно отметить, что оценка эффективности государственных программ позволяет выявлять успешные инициативы и корректировать стратегию в соответствии с изменяющимися потребностями общества и экономики. Таким образом, государственные программы становятся основой для долгосрочного развития региона и повышения качества жизни его жителей.

Оценка эффективности реализации государственных программ развития является важным аспектом управления региональным развитием, особенно в условиях динамично меняющейся экономической и социальной среды. С учетом современных вызовов, таких как глобализация, изменения в экономической политике и необходимость устойчивого развития, становится особенно актуальным исследование результатов этих программ. Эффективная реализация государственных инициатив позволяет не только достигать поставленных целей, но и адаптироваться к новым условиям, что в свою очередь способствует повышению

конкурентоспособности региона. К тому же, анализ эффективности программ дает возможность выявить слабые места и недостатки в их реализации, что важно для корректировки стратегий и принятия обоснованных решений. В условиях ограниченных ресурсов и необходимости максимизации результата, оценка эффективности становится ключевым инструментом для достижения устойчивого развития Калужской области.

Так как на 2024 год отчетов о реализации государственных программ в Калужской области ещё нет, то оценим эффективность реализации государственной программы «Экономическое развитие в Калужской области» за 2023 год. Задачей данной программы является формирование благоприятной среды для открытия новых предприятий, увеличение конкурентоспособности организаций в промышленном секторе, а также обеспечение эффективного транспортного сообщения для пассажиров и грузов с целью устойчивого экономического роста. В таблице 2 представлен перечень подпрограмм, входящих в данную государственную программу.

Таблица 2 – Перечень подпрограмм, входящих в государственную программу «Экономическое развитие в Калужской области»

Экономическое развитие в Калужской области	«Формирование благоприятной инвестиционной среды в Калужской области»
	«Развитие промышленного сектора экономики Калужской области»
	«Организация транспортного обслуживания населения на территории Калужской области»
	«Развитие торговли в Калужской области»
	«Защита прав потребителей в Калужской области»
	«Совершенствование государственного управления и регулирования в Калужской области»

Согласно данным таблицы 2 в государственную программу «Экономическое развитие в Калужской области» входит 6 подпрограмм, которые помогают решить задачи программы и достигнуть её цели. В рамках данной государственной программы и реализованных подпрограмм были произведены капитальные вложения для новых инвестиционных проектов, привлечены инвесторы и поддержка для предприятий, произошел рост пассажирских перевозок и создание рабочих мест, а также было предоставлено право использования знака «Калужский продукт». Меры финансовой поддержки промышленности способствовали модернизации основных средств предприятий и повышению их конкурентоспособности. Обновление подвижного состава и расширение маршрутной сети улучшили транспортную доступность, удовлетворяя потребности населения в перевозках и увеличивая доступ к социальным и культурным услугам.

В 2023 году Калужская область заняла 7-е место в Национальном рейтинге инвестиционного климата, сохранив позиции в первой десятке регионов. Созданы условия для защиты прав потребителей, а автоматизация операций с ресурсоснабжающими организациями улучшила получение информации для управленческих решений.

Также обеспечен сбыт продукции местных производителей через магазины и нестационарные торговые объекты. Основным фактором, отрицательно повлиявшим на ход реализации государственной программы, является сложная макроэкономическая и геополитическая ситуация, повлиявшая на планы инвесторов (потенциальных концессионеров), а также распространение санкционной политики недружественных стран. Фактическое финансирование программы в 2023 году составило 4 089 255,493 тыс. рублей, в том числе за счет средств: федерального бюджета 32 532,500 тыс. рублей; областного бюджета 4 049 701,693 тыс. рублей; местных бюджетов 7 021,300 тыс. рублей.

Средства федерального бюджета привлечены в рамках государственной программы Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности». Согласно Порядку оценки эффективности реализации государственных программ Калужской области (постановление Правительства Калужской области от 17.07.2013 № 366), в 2023 году выполнение государственной программы «Экономическое развитие в Калужской области» продемонстрировало высокий уровень эффективности, составивший 98,2 %. В целом государственные программы, направленные на увеличение инвестиций, создание новых рабочих мест и развитие предпринимательства влияют на показатель валового регионального продукта (ВРП). В 2023 году объём валового регионального продукта (ВРП) Калужской области составил 662 млрд рублей, что больше 2022 года на 5%.

На данный момент в 2024 году ВРП составляет 732 млрд рублей, что больше 2023 года почти на 11%, что является положительной динамикой. Рост валового регионального продукта (ВРП) является важным показателем экономического развития региона. Он отражает увеличение общего объема товаров и услуг, произведенных в регионе за определенный период. В Калужской области, например, рост ВРП в последние годы был поддержан развитием промышленности, особенно в высокотехнологичных секторах, таких как автомобилестроение и ИТ. Это способствовало созданию новых рабочих мест и увеличению доходов населения, что в свою очередь положительно сказалось на потребительском спросе и общем экономическом климате региона.

В заключение, оценка эффективности реализации государственных программ развития Калужской области демонстрирует значительные достижения в различных сферах, включая экономику, социальное развитие и инфраструктуру. Программы, направленные на поддержку инвестиций, развитие высоких технологий и улучшение качества жизни населения, способствовали устойчивому росту валового регионального продукта и повышению конкурентоспособности региона.

Однако для достижения еще более высоких результатов необходимо продолжать мониторинг и анализ реализации этих программ, выявлять проблемные зоны и адаптировать стратегии в соответствии с изменяющимися условиями. Важно также активнее вовлекать местное население и бизнес-сообщество в процесс разработки и реализации инициатив, что позволит создать более прозрачную и эффективную систему управления. Таким образом, дальнейшее развитие Калужской области будет зависеть от комплексного подхода к реализации государственных программ и их адаптации к потребностям региона.

Библиографический список

реусова А.Г. Оценка эффективности государственных программ / А.Г. Бреусова // Вестник Омского университета серия "Экономика". 2015. № 2. С. 128-136. URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/297487> (дата обращения: 13.11.2024).

официальный портал министерства конкурентной политики Калужской области [Электронный ресурс]-URL: <https://mkr.admoblkaluga.ru/> (Дата обращения: 10.11.2024)

официальный портал министерства финансов [Электронный ресурс]-URL: 2958r_ob_utverzhenii_strategii_povysheniya_finansovoi_gramotnosti_i_formirovaniya_finansovoi_kultury_do_2030_goda (Дата обращения: 13.11.2024)

УДК 339.72.015

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОГО РУБЛЯ НА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ТРАНСФОРМИРОВАНИЕ БИЗНЕС – ПРОЦЕССОВ

Зайцев М.С., бакалавр 3-го курса

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

Аннотация. В статье рассматривается влияние цифрового рубля на предпринимательскую деятельность и трансформацию бизнес-процессов в России. Проанализированы новые возможности, которые предоставляет цифровой рубль для бизнеса, такие как автоматизация расчетов, повышение прозрачности и снижение транзакционных рисков. Особое внимание уделено изменению схем финансовых операций и внедрению смарт-контрактов. Выявлены потенциальные вызовы и риски для предпринимателей, связанные с адаптацией к цифровой валюте, и сделаны выводы о перспективах ее применения в экономической среде.

Ключевые слова: цифровой рубль, цифровая денежная валюта, наличные деньги, цифровизация, финансовые операции, автоматизация расчетов, смарт – контракты.

THE IMPACT OF THE DIGITAL RUBLE ON ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES AND TRANSFORMATION OF BUSINESS PROCESSES

Zaitsev M.S.. Bachelor of the 3rd year

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

Abstract: The article examines the impact of the digital ruble on entrepreneurship and the transformation of business processes in Russia. New opportunities that the digital ruble provides for business, such as automation of settlements, increased transparency and reduced transaction risks, are analyzed. Particular attention is paid to changes in financial transaction schemes and the introduction of smart contracts. Potential challenges and risks for entrepreneurs associated with adaptation to the digital currency are identified, and conclusions are made about the prospects for its use in the economic environment.

Keywords: digital ruble, digital monetary currency, cash, digitalization, financial transactions, automation of settlements, smart contracts.

Деньги всегда играли важнейшую роль в развитии национальной и мировой экономических систем, выступая ключевым инструментом для стимуляции экономического роста и обеспечения благосостояния населения. С развитием технологий и растущей цифровизацией экономика России претерпевает значительные изменения, что не могло не отразиться на сфере денежного обращения.

В последние годы наблюдается стремительное распространение безналичных расчетов и использование цифровых финансовых сервисов. Это свидетельствует о все более глубокой интеграции цифровых технологий в повседневную жизнь граждан и деятельность организаций. Цифровой рубль, являющийся новой формой национальной валюты, особенно существенно повлиял на деятельность малого среднего так и крупного бизнеса и трансформацию бизнес-процессов в стране. Его внедрение открывает новые перспективы для предприятий, включая повышение прозрачности финансовых операций, автоматизацию расчетов и интеграцию смарт-контрактов.

В то же время, адаптация к цифровому рублю сопровождается вызовами, такими как необходимость перестройки бизнес-процессов и повышения уровня цифровой грамотности предпринимателей. Данная статья посвящена анализу влияния цифрового рубля на предпринимательскую деятельность, изучению возможностей, которые он предоставляет, а также рассмотрению рисков и перспектив его внедрения в экономическую систему России.

Актуальность проблемы обусловлена цифровизацией экономики и необходимостью адаптации системы денежного обращения к современным вызовам бизнеса и граждан. Цифровой рубль, как новая форма национальной валюты, способен трансформировать предпринимательскую деятельность, обеспечивая прозрачность, автоматизацию расчетов и безопасность транзакций. Его внедрение может изменить взаимодействие между бизнесом, государством и финансовыми структурами, требуя анализа потенциала и вызовов, таких как технические сложности, вопросы кибербезопасности и адаптация бизнес-процессов. Изучение этого влияния имеет важное значение для эффективного управления экономикой и бизнеса в условиях цифровой трансформации.

Цифровой рубль, согласно консультативному докладу Центрального банка Российской Федерации, представляет собой новую форму национальной валюты в цифровом формате, которая будет выпускаться самим Банком России. Цифровой рубль станет официальным денежным средством и будет идентифицироваться уникальным цифровым кодом, аналогичным номерам на банкнотах и записям по безналичным счетам. Перемещение цифровой валюты будет происходить посредством передачи этого кода между электронными кошельками пользователей.

Цифровой рубль, как и наличные или безналичные деньги, будет доступен всем участникам экономики, включая физических и юридических лиц, финансовые учреждения и государство, и будет использоваться в качестве платежного средства, меры стоимости и способа сбережения. Это значит, что цифровая валюта сможет полноценно выполнять функции, присущие традиционным денежным средствам России. Эквивалент цифрового рубля будет равен эквиваленту наличных и безналичных денег. Например, 100 цифровых рублей будут иметь ту же ценность, что и 100 рублей в наличной или безналичной форме [2].

Таким образом, все три формы российского рубля – наличные, безналичные и цифровые будут равноценными и объединятся в единую денежную систему страны (рис.1).

Это обеспечит удовлетворение текущих потребностей экономики и создаст условия для инновационного и технологического развития в реальном и финансовом секторах.

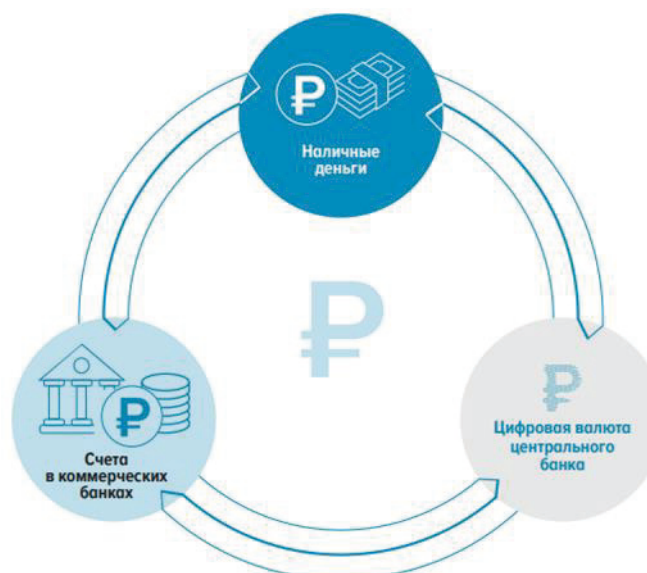


Рисунок 1. Формы денег и принцип их взаимодействия при внедрении цифрового рубля [2]

Цифровой рубль в значительной степени влияет на предпринимательскую деятельность, оказывая влияние как на внутренние процессы, так и на международное взаимодействие. С одной стороны, цифровые рубли обеспечивают ускорение и упрощение расчетов, повышение скорости транзакций и снижение затрат для бизнеса. С другой стороны, его внедрение может повысить прозрачность финансовых операций и снизить риски мошенничества благодаря цифровой идентификации всех операций.

С точки зрения международной ориентации цифровой рубль может иметь значение для международного сотрудничества. Использование цифровой валюты для трансграничных расчетов может облегчить взаимодействие с зарубежными партнерами, сократив время и затраты на проведение международных операций. Это особенно актуально для российских компаний, занимающихся экспортом и импортом, что важно для поддержания конкурентоспособности на внешнем рынке. Прозрачность и надежность глубины рубля могут повысить уровень доверия к внешним компаниям со стороны иностранных контрагентов [1].

Кроме того, цифровые рубли позволяют стимулировать предпринимательскую активность, особенно в сфере финтех-решений и высоких технологий. Компании, работающие в сфере цифровых услуг, могут быстрее адаптироваться к новым условиям, используя возможности блокчейна для автоматизации, смарт-контрактов и оптимизации цепочек поставок. Таким образом, цифровая валюта станет не только экономией расчетов, но и будет способствовать технологическому развитию бизнеса.

В рамках стратегии "цифровой рубль" будет организовано развитие российской экономики в глобальной цифровой среде, поддерживая развитие международной торговли и альтернативных потоков. Благодаря повышенной прозрачности, безопасности и доступности, цифровой рубль может создать новые возможности для расширения предпринимательской деятельности, укрепления позиций российских компаний на мировом рынке.

Как и у любого нововведения, целесообразно более детально рассмотреть преимущества и недостатки влияния цифрового рубля. Среди первых можно выделить:

Преимущества и недостатки влияния цифрового рубля на бизнес

1. Ускорение расчетов. Благодаря исключению посредников и использованию технологии блокчейн, цифровой рубль позволяет проводить платежи быстрее и с минимальными задержками. Это особенно важно для компаний с большим объемом ежедневных транзакций.

2. Снижение затрат – транзакции с использованием цифрового рубля предполагают низкие комиссии, что выгодно как для малого бизнеса, так и для крупных корпораций, особенно в долгосрочной перспективе.

3. Прозрачность операций – все операции фиксируются в цифровой системе, что минимизирует риски мошенничества и упрощает финансовую отчетность. Это способствует укреплению доверия между контрагентами и внутри цепочек поставок.

4. Поддержка международных расчетов – использование цифрового рубля для трансграничных операций позволяет сократить время и стоимость таких транзакций, упрощая взаимодействие с иностранными партнерами.

5. Стимулирование инноваций – внедрение цифровой валюты открывает перспективы для использования смарт-контрактов и автоматизации процессов, что способствует развитию финтех-сектора и высокотехнологичных направлений бизнеса.

Однако, несмотря на достаточно весомые преимущества и возможности, цифровой рубль имеет и определенные отрицательные последствия для бизнеса:

1. Отсутствие кредитов – компании не смогут брать кредиты в цифровом рубле, что ограничивает возможности для привлечения заемных средств, особенно при недостатке других форм финансирования.

2. Сложность внедрения – адаптация к использованию цифрового рубля потребует изменений в бизнес-процессах, обновления программного обеспечения и обучения сотрудников. Это может стать финансовой и временной нагрузкой, особенно для малого бизнеса.

3. Риски кибератак – как и любая цифровая технология, цифровой рубль подвержен угрозам со стороны хакеров. Успешная кибератака может привести к финансовым потерям и подрыву доверия к новой системе.

4. Усиление контроля со стороны государства – цифровой рубль дает возможность государству отслеживать все транзакции, что может восприниматься бизнесом как чрезмерное вмешательство в финансовую деятельность.

5. Ограничения для международного использования – на первых этапах цифровой рубль может быть ограничен в применении за пределами России, что осложняет его использование в международных расчетах с партнерами из стран, не признающих цифровые валюты.

Цифровой рубль представляет собой важный этап в развитии российской финансовой системы, отражая глобальные тенденции цифровизации и интеграции инновационных технологий в экономику. Его внедрение открывает широкие возможности для бизнеса и организаций, такие как ускорение расчетов, снижение транзакционных издержек, повышение прозрачности операций и развитие автоматизации процессов. Это способствует технологическому развитию и повышению конкурентоспособности предпринимателей, а также улучшает взаимодействие с государством и финансовыми структурами.

Далее представлено два сценария внедрения цифрового рубля, от которых зависит общий экономический эффект: оптимистичный и консервативный. В оптимистичном сценарии, при активном сотрудничестве ЦБ, банков и бизнеса, экономический эффект может составить до 328 млрд рублей в год, 267 млрд рублей для бизнеса и 61 млрд рублей для банков. В консервативном сценарии, где ЦБ реализует проект без активного продвижения, а банки и бизнес ограничиваются выполнением регуляторных требований, суммарный эффект составит около 109 млрд руб. в год, из которых 92 млрд рублей – для бизнеса и 17 млрд рублей – для банков.

В обоих случаях экономический эффект достигается за счет снижения комиссий на операции с цифровыми рублями, улучшения управления ликвидностью и сокращения затрат на привлечение клиентов [4].

Основные выгоды для бизнеса включают снижение комиссий за эквайринг. Тарифы на эквайринг с цифровым рублем составят 0,3%, тогда как по картам комиссия варьируется от 1,5% до 2,5%. Ожидается, что в случае активного распространения цифрового рубля в ритейле, объем операций с ним может достичь 4 трлн руб. в год через 3–5 лет после запуска (рис.2).

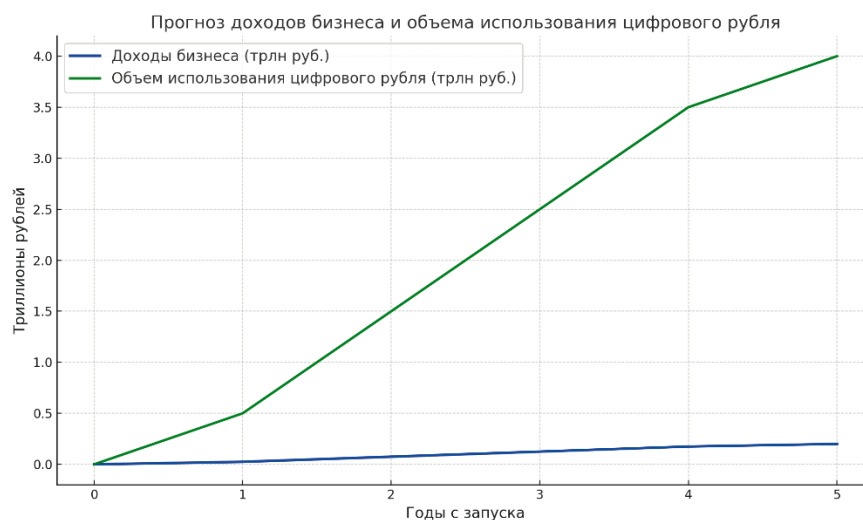


Рисунок 2. Прогноз доходов и объема использования цифрового рубля в России

Банки смогут заработать от 12 до 51 млрд рублей в год через комиссионные доходы от новых продуктов на базе цифрового рубля. Затраты банков на внедрение проекта могут составить 30–50 млрд руб. при участии 100–200 кредитных организаций, и каждый банк потратит 200–300 млн рублей. Например, Росбанк уже потратил 150 млн рублей за два года на внедрение технологий, в основном на обеспечение информационной безопасности и создание шлюза для взаимодействия с ЦБ.

Пилотное использование цифрового рубля началось 1 августа 2023 года. На первом этапе в проекте участвовали несколько российских банков и их клиенты, что позволило протестировать возможности новой формы валюты в реальных условиях. Планируется, что внедрение цифрового рубля будет развиваться поэтапно, с постепенным расширением числа участников и сфер применения. Так же подготовлен проект закона о том, чтобы с 1 июля 2025 года была обеспечена инфраструктура для работы с цифровым рублем для крупных кредитных организаций. Предполагается, что в 2025–2027 годах произойдет тиражирование цифрового рубля [4].

Цифровой рубль представляет собой значительный шаг в области финансовых технологий и обещает серьезные изменения в банковской сфере как для розничных, так и для корпоративных клиентов. С учетом его возможностей в эквайринге, операционном управлении и применении смарт-контрактов, он может приносить экономическую выгоду до 267 млрд руб. в год для бизнеса и до 61 млрд руб. в год для банков. Вдобавок, цифровой рубль способен повысить эффективность финансового управления, сократить транзакционные издержки и ускорить процессы платежей.

Введение цифрового рубля окажет значительное влияние на предпринимателей и покупателей, трансформируя их взаимодействие и финансовые операции. Для организаций цифровой рубль может упростить процесс расчетов, устраняя необходимость в сложных транзакционных цепочках и снижая комиссии за обработку платежей. Это создаст более удобные условия для ведения бизнеса и предоставит возможность ускоренного получения средств, что особенно важно для малого и среднего бизнеса. Кроме того, продавцы смогут интегрировать смарт-контракты для автоматизации расчетов по условиям сделок, что повысит надежность и прозрачность сделок.

Для физических лиц использование цифрового рубля обеспечит более простые и безопасные платежные механизмы. Это может привести к повышению доверия к финансовым операциям и ускорению процесса оплаты. Снижение транзакционных издержек и улучшение скорости операций также сыграют на руку покупателям, делая покупки более удобными и экономически выгодными. Таким образом, цифровой рубль способен укрепить отношения между продавцами и покупателями, повысив удобство и надежность финансовых сделок.

Для достижения максимального эффекта требуется активное сотрудничество Центрального банка, государства, банков и бизнеса. В противном случае экономический эффект для бизнеса и банков может оказаться в 2,9–3,5 раза ниже, чем в случае полноценного внедрения. Это включает в себя разработку и оптимизацию клиентских путей, продвижение нового инструмента и интеграцию его в действующие финансовые системы. Также необходимо учитывать вопросы

регулирования и комплаенса, особенно в контексте трансграничных операций и использования смарт-контрактов.

В настоящее время цифровой рубль находится в тестовом режиме, который может продолжаться до 2025 года. Несмотря на длительность этого периода, он необходим для тщательной проработки, но также затягивает сроки массового внедрения. В то же время существенный экономический эффект может побудить некоторые банки стать пионерами в внедрении цифрового рубля, что даст им эксклюзивные преимущества и статус ведущих игроков на рынке [1].

Библиографический список

1. Консультативный доклад ЦБ РФ «Цифровой рубль» [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://cbr.ru/StaticHtml/File/112957/Consultation_Paper_201013.pdf (Дата обращения: 12.11.2024)
2. ЦБ РФ [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://cbr.ru/fintech/dr/> (Дата обращения: 12.11.2024)
3. Батукова Е.В., Костина О.И. Цифровые валюты: анализ перспективы развития О.И. Тезисы докладов и выступлений III международной научно-практической конференции молодых ученых. Донецк, 2021. С. 125-127.
4. Иванинский И.О., Панфилов С.А., Кому достанутся цифровые рубли. Москва, 2024.

УДК 336.143

БЮДЖЕТНАЯ ПОЛИТИКА СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Романюк В.Г., студентка 2-го курса

Научный руководитель: Костина О.И., к. э. н., доцент, профессор кафедры «Финансы и кредит» Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация. в статье рассматривается влияние бюджетной политики на развитие экономики. Анализируется состояние бюджетной политики Российской Федерации за последние годы и уделяется внимание прогнозным показателям на ближайшие годы. Выделяются цели и задачи бюджетной политики, разработанные на будущие годы.

Ключевые слова: бюджетная политика, финансы, финансовая устойчивость, макроэкономические показатели, трансформация экономики.

BUDGETARY POLICY OF MODERN RUSSIA AS AN INSTRUMENT FOR ECONOMIC DEVELOPMENT

Romanyuk V.G. 2nd year student

Scientific supervisor: Kostina O.I., K. E. N., Associate Professor, Professor of the Department of Finance and Credit Kaluga branch of the Financial University, Kaluga

Abstract. The article examines the impact of budget policy on economic development. The state of the budget policy of the Russian Federation in recent years is analyzed and attention is paid to forecast indicators for the coming years. The goals and objectives of the budget policy developed for future years are highlighted. Keywords: budget policy, finance, financial stability, macroeconomic indicators, economic transformation.

Keywords: budget policy, finance, financial stability, macroeconomic indicators, economic transformation.

Одним из стратегических ориентиров государственной финансовой политики является бюджетная политика, позволяющая определять долгосрочные программы развития финансово-экономической системы страны.

Бюджетная политика – это многосторонний процесс, включающий действия органов власти всех уровней не только в бюджетной сфере, но в налоговой, таможенной, ценовой, кредитной и в целом в финансовой. Бюджетная политика призвана обеспечить ряд стратегических целей:

- обеспечение сбалансированности бюджетных ресурсов и обязательств;
- создание эффективной системы управления государственными финансами;
- обеспечение приемлемой налоговой нагрузки на экономику;
- концентрация финансовых и экономических ресурсов на решении приоритетных социальных задач.

Бюджетная политика как составляющая финансовой политики государства отражает сущность экономической политики и служит средством адаптации к процессам глобализации [2].

В результате в нынешних условиях экономической неопределённости вопросы формирования эффективной бюджетной политики на региональном уровне стали чрезвычайно важными, поскольку решение этих задач позволяет обеспечить финансовую устойчивость и сбалансированность региональной экономики, создать условия для долгосрочного устойчивого роста субъектов Российской Федерации и улучшить их инвестиционные перспективы, а также повысить эффективность и конкурентоспособность страны в целом.

Сохраняется дифференциация субъектов Федерации по уровню ВРП на душу населения, располагаемым доходам на душу населения, уровню безработицы, предпринимательской активности и другим макроэкономическим показателям.

Учет неравномерности социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, обусловленной большим количеством факторов, на многие из которых регионы не могут повлиять (неравномерность производственных мощностей, полезных ископаемых и налогоплательщиков, демографические, исторические, климатические, культурные и др. факторы), повышает риски:

А) углубления неравенства в реальных доходах и уровне жизни населения субъектов Российской Федерации;

Б) неконтролируемый (особенно в связи с приостановкой действия требований Бюджетного Кодекса Российской Федерации о размерах дефицитов и государственного долга субъектов Федерации в соответствии с Федеральным законом от 01 апреля 2020 г. № 103) рост как дефицитов бюджетов субъектов Российской Федерации, так и кредитов коммерческих банков в структуре государственного долга субъектов Федерации. Реализация этих рисков соответственно увеличит нагрузку на федеральный бюджет, который и без того имеет ограниченные возможности для маневра и дополнительных межбюджетных трансфертов [1].

В таблице 1 показаны основные макроэкономические показатели деятельности экономики РФ за период 2022-2023 гг, оказывающие влияние на исполнение бюджетов бюджетной системы.

Таблица 1– Основные макроэкономические показатели в 2022-2023 годах [5]

Показатель	2023	2022
Валовой внутренний продукт, млрд руб	166 015	153 015
Индекс потребительских цен, %	7,42	11,94
Экспорт товаров (по данным таможенной статистики), млрд долл. США	461	592,5
Импорт товаров (по данным таможенной статистики), млрд долл. США	293	255,3
Фонд заработной платы, млрд руб	38 159,00	33 654,00

В декабре 2023 г. по сравнению с ноябрем 2023 г. индекс потребительских цен составил 100,73%, по сравнению с декабрем 2022 г. – 107,42% (в декабре 2022 г. – 100,78%, по сравнению с декабрем 2021 г. – 111,94%).

По данным Федеральной таможенной службы (ФТС), российский экспорт в 2023 году по сравнению с 2022-м упал на 28,3%, с \$592,5 млрд до \$461 млрд.

Существенное падение произошло из-за обвала объёма поставок в страны Европы. Если в 2022 году он составлял \$265,6 млрд, то в 2023-м сжался до \$84,9 млрд (минус 68%).

Импорт товаров в РФ вырос на 12,7% и составил 293 млрд долларов. Товарооборот по импорту вырос в целом на 13%. При этом на 32% возросли объёмы поставок из стран Азии и на 7% – из Африки. Наибольший объём импорта из других стран приходится на закупки машин, оборудования и транспортных средств. В январе—сентябре 2023 года Россия импортировала их на сумму 107,9 млрд долларов, что на треть больше показателя прошлого года (81,3 млрд долларов). Импорт из Европы упал на 12,3% и составил 78,5 млрд долларов, а из Азии вырос на 29,2% и составил 187,5 млрд долларов.

По итогам 2023 года ФЗП сложился в сумме 38 159 млрд рублей, что на 11,8% больше в сравнении с 2022 годом.

Необходимо совершенствовать формирование и проведение бюджетной политики субъектов федерации, в сроки ближайшей перспективы. Совершенствование подхода должно касаться формированию межбюджетных отношений, нацеленных на увеличение бюджетных полномочий субъектов РФ и муниципалитетов, в разрезе уточнения форм, порядка и условий выделения межбюджетных трансфертов, в части уточнения положений, касающихся ограничений организации бюджетного процесса на муниципальном уровне [4]. Цель бюджетной политики, поставленная на 2024-2026 год – трансформация экономики и повышение потенциала развития. Поставленные задачи:

- Обеспечение предсказуемой и устойчивой макросреды;
- Содействие структурной трансформации экономики;
- Содействие достижению национальных целей развития;
- Интеграция новых регионов.

В 2024-2026 году планируется содействие структурной трансформации. Основной целью здесь является – поддержка в переходный период, к задачам относятся:

1. 2024 – содействие трансформации экономики:

• увеличение предельных расходов на 1,6 трлн рублей в 2024 г. (в т.ч. за счет ФНБ: до 1,3 трлн рублей в 2024 г.):

- социальная поддержка нуждающихся граждан;
- укрепление обороноспособности страны;
- интеграция новых регионов;
- технологическое развитие и поддержка инфраструктуры.

2. С 2025 - выход на устойчивое развитие:

• нормализация бюджетной политики: предельные расходы в соответствии с «бюджетным правилом»

В таблице 2 представлены основные параметры прогноза социально-экономического развития (2024-2026 гг).

Таблица 2 – Основные параметры прогноза социально-экономического развития [5]

Показатель	2022 г	2023 г	2024 г		2025 г		2026 г	
	Отчет	Отчет	Прогноз	Отклонение	Прогноз	Отклонение	Прогноз	Отклонение
Валовой внутренний продукт, млрд руб	153 015	166 015	179 956	13 941	190 637	10 681	202 304	11 667
Экспорт товаров, млрд долл. США	592,5	461	475	14	485	10	501	16
Импорт товаров, млрд долл. США	255,3	293	303	10	312	9	322	10
Фонд заработной платы, млрд руб	33 654	38 159	42 364	4205	45 459	3095	48 755	3296
Инфляция (ИПЦ), прирост цен в %	11,9	7,5	4,5	-3	4	-0,5	4	0
Прибыль прибыльных организаций для целей бух.учета, млрд руб	47 612	49 022	53 529	4507	56 357	2828	59 308	2951

По прогнозу валовой внутренний продукт к 2025 году вырастет на 10 681 млрд руб по сравнению с 2024 годом, а в 2026 году на 11 667 млрд руб по сравнению с 2025 годом. Это может произойти за счет увеличения капиталовложений в производства, инфраструктуру, научные исследования и разработки, также за счет внедрения инноваций и автоматизации производства и многих других факторов.

Рост экспорта товаров прогнозируется на 10 млрд руб в 2025 году и на 16 млрд руб в 2026 году. Данное увеличение возможно за счет диверсификации экспортной географии, освоения новых перспективных рынков, участия в международных торговых соглашениях и организациях, повышения гибкости производства для выпуска экспортной продукции.

По мере того, как экономика развивается, доходы граждан увеличиваются, соответственно, растет и спрос на импортные товары. В 2025 году рост импорта товаров прогнозируется на 9 млрд руб, а в 2026 году на 10 млрд руб.

В 2025 году прогнозируется рост фонда заработной платы на 4205 млрд руб, а в 2026 на 3296 млрд руб. Такой рост может произойти за счет прогнозируемого роста ВВП и увеличения объемов производства.

Государство постоянно разрабатывает стратегии роста экономических показателей, бюджетной политик и улучшения состояния экономики страны. Можно выделить цели развития труда и предпринимательства, разработанные на 2024-2026. К национальным целям развития по критерию «достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство» относятся:

1. Системные меры повышения инвестиционной активности.

А) Создание справедливых конкурентных условий и улучшение условий ведения бизнеса за счет улучшения администрирования доходов и внедрения новых информационных технологий:

- развитие законодательства в сфере венчурного инвестирования;
- совершенствование института ЕНС;
- совершенствование процессов налогового учета;
- расширение экспериментальных правовых режимов;

Б) Донастройка преференциальных налоговых режимов:

- ограничение суммы налоговых льгот суммой осуществленных инвестиций;
- предоставление мер поддержки во взаимосвязке с инвестиционной активностью налогоплательщиков;
- ограничение применения налоговых льгот только при выполнении «контролируемых показателей»;

В) Развитие международного налогообложения:

- обеспечение ускоренного перевода активов бизнеса в российскую юрисдикцию;
- изменения в соглашениях об избежании двойного налогообложения.

2. Поддержка субъектов малого и среднего бизнеса:

- установление особых условий налогообложения субъектов, утративших право на применение специальных налоговых режимов в связи с превышением предельных размеров;
- расширение программы льготного кредитования туристической инфраструктуры;
- поддержка субъектов МСП на новых территориях;
- совершенствование процедуры перехода с ЕСХН и УСН на общую систему налогообложения;

- совершенствование режима налога на профессиональный доход;
- доработка «Автоматизированной упрощенной системы налогообложения»;

3. Поддержка экспорта и конкурентоспособности:

- развитие механизма реализации корпоративных программ повышения конкурентоспособности (КППК);
- компенсация понесенных логистических затрат;
- компенсация части процентных ставок по экспортным кредитам;
- создание гибкой линейки финансовых инструментов поддержки экспорта, включая предэкспортное и экспортное финансирование;
- заключение соглашений о свободной торговле с рынками, перспективными для российского экспорта [4].

В современном мире из-за постоянно растущей конкуренции за ресурсы, в том числе финансовые, регионы активно развивают экономическую политику, направленную на повышение её эффективности. Период финансовой неопределённости, вызванный мировым финансовым кризисом и его последствиями, показал хрупкость существующей экономической модели в среднесрочной и долгосрочной перспективе и значительную зависимость национальной экономики от внешних факторов. Это продиктовало необходимость поиска внутренних источников роста и возросшую роль бюджетной политики как ключевого инструмента, способного обеспечить социально-экономическое развитие субъектов Российской Федерации. Ключевые цели, разработанные на 2024-2026 гг. и направленные на поддержание устойчивости бюджета, контроль инфляции и снижение государственного долга, будут определять бюджетные приоритеты и параметры. Это будет способствовать сбалансированности бюджета, эффективному управлению государственными финансами.

Дальнейшее совершенствование принципов формирования бюджетной политики основывается на возводимой новой конструкции «бюджетных правил», обеспечивает устойчивое и равновесное состояние федерального бюджета, несмотря на текучесть цен на энергоносители. Все это помогает формированию прогнозируемых макроэкономических и финансовых условий, требуемых для поэтапного и устойчивого роста экономики страны.

Бюджетная политика является одним из ключевых инструментов государственной экономической политики в современной России. Она направлена на достижение целей социально-экономического развития страны. Грамотная бюджетная политика может стать действенным инструментом стимулирования экономического развития в России при условии ее увязки с другими направлениями государственной экономической политики.

Библиографический список

1. Бюджетная устойчивость и бюджетная политика Российской Федерации в условиях санкционного давления // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/byudzhelnaya-ustoychivost-i-byudzhelnaya-politika-rossiyskoy-federatsii-v-usloviyah-sanktsionnogo-davleniya> (дата обращения: 05.11.2024)
2. Бюджетная политика как инструмент социально-экономического и инновационного развития Российской Федерации // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/byudzhelnaya-politika-kak-instrument-sotsialno-ekonomicheskogo-i-innovatsionnogo-razvitiya-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 07.11.2024)
3. Оценка эффективности бюджетной политики и реализации мер регулирования бюджетного дефицита // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-byudzhelnoy-politiki-i-realizatsii-mer-regulirovaniya-byudzhelnogo-defitsita> (дата обращения: 06.11.2024)
4. Современные направления формирования бюджетной политики // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-napravleniya-formirovaniya-byudzhelnoy-politiki> (дата обращения: 07.11.2024)
5. Росстат: сайт. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/10705> (дата обращения: 05.11.2024)

УДК 336.7

ФИНАНСОВОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ: ТРЕНДЫ, О КОТОРЫХ НУЖНО ЗНАТЬ

Семина Е.А., бакалавр 4-го курса
Юрикова А.И., бакалавр 4-го курса
Научный руководитель: *Медведева Т.В., к.э.н., доцент*
Тульский филиал Финансового университета, Тула

Аннотация. образование не стоит на месте и следует за прогрессом, поэтому в эпоху цифровизации новые знания очень важны для специалиста, который хочет быть конкурентоспособным.

Ключевые слова: цифровизация, тренды, компетенции, образование

FINANCIAL EDUCATION IN THE AGE OF DIGITALIZATION: TRENDS YOU NEED TO KNOW ABOUT

Semina E.A. Bachelor of the 4th year
Yurikova A.I. Bachelor of the 4th year
Scientific supervisor: *T.V. Medvedeva, Ph.D. in Economics, Associate Professor*
Tula branch branch of the Financial University, Tula

Annotation. education does not stand still and follows progress, therefore, in the era of digitalization, new knowledge is very important for a specialist who wants to be competitive.

Keywords: digitalization, trends, competencies, education

Автоматизация финансовой сферы началась с простых по современным меркам программ для бухгалтерского учета. Сегодня она находится на стадии, когда финансы уже не могут существовать без ИТ. Компании и банки приходят к пониманию, что информационные технологии меняют расстановку сил и являются ключом к эффективному управлению процессами. Каждый бизнес по-своему переживает изменения и обновления технологий.

Международная ассоциация специалистов по управленческому учету (CIMA) провела своевременное исследование, отвечающее на следующие вопросы:

- что ждет компании и финансовые профессии в эпоху цифровизации?
- какие изменения происходят уже сейчас?
- до какой степени машины заменят людские ресурсы в финансовом секторе?
- какова будет роль человека – специалиста по финансам?

С какими сложностями сталкиваются компании уже сейчас?

«Цифровизация – главная причина, по которой больше половины компаний из списка Fortune Global 500 прекратили свое существование». Так сказал Пьер Натерм, исполнительный директор Accenture, на Всемирном экономическом форуме в Давосе. Компаниям по всему миру приходится бороться за свое существование и преодолевать трудности, вызванные глобальной цифровизацией. Вот некоторые из них.

Главные факторы перемен.

В исследовании СИМА выделяются институциональные, социальные, рыночные и технологические факторы. Все они действуют одновременно и оказывают огромное влияние на то, как трансформируются организации по всему миру. Бизнесу приходится меняться: изменились способы потребления, коммуникации, расширился и ускорился доступ к данным. В связи с этим финансовым отделам по всему миру нужно пересматривать то, что они делают, как они это делают и с какой скоростью.

Искусственный интеллект.

Стремительное развитие таких технологий, как машинное обучение, распознавание речи и когнитивные вычисления стали поворотной точкой для многих организаций. Эти технологии, с одной стороны, помогают компаниям справляться с огромным потоком информации, анализировать неструктурированный массив данных, выходя на новый уровень эффективности. А с другой стороны, технологический прорыв выбрасывает многие компании за борт конкурентной среды, а в выживших организациях поднимает новые вопросы: «Как адаптировать работников к новым условиям?» и «Что делать с освободившимися рабочими часами финансовых специалистов, которые раньше тратили месяцы на то, с чем машина справляется за 2 минуты?»

Новая прозрачность.

Социальные сети и другие информационные платформы оказывают огромное влияние на то, как организации строят свою работу. Теперь каждый имеет доступ к данным, и все участники экономического процесса находятся на виду друг у друга в реальном времени. Компаниям приходится отчитываться за каждый свой шаг, каждое проявление в публичном пространстве. Потребитель имеет возможность за несколько секунд сравнить цены и почитать отзывы на продукт или услугу. Этот фактор заставляет компании:

- пересматривать свои бизнес-модели;
- двигаться в сторону предложения услуг и опыта взаимодействия с брендом, а не просто продуктов;
- увеличивать кастомизацию своих услуг;
- менять форматы доступа к продуктам и услугам.

Невозможность опереться на традиции

Традиционный менеджмент базируется на анализе предыдущего опыта и принятия решений на его основе. Сегодня такой подход все реже бывает эффективным, поскольку компаниям приходится решать уникальные задачи, не имеющие ничего общего с каким бы то ни было историческим опытом. Простые аналитические операции, такие как составление кредитного рейтинга, одобрение заявок на предоставление кредита или их передача на рассмотрение специалистам, уже давно выполняются машинами. В этих условиях руководители, в том числе финансовые директора, вынуждены менять стратегии принятия решений, добавляя к традиционному прогнозированию и мониторингу креативность, инновации и нелинейное мышление. Для финансовых отделов это означает в том числе и выход на новый уровень взаимодействия с другими участниками процесса внутри компании и за ее пределами [1].

Как адаптируются компании: инструменты и тренды

Все вышеописанные факторы заставляют организации двигаться в определенных направлениях, которые превращаются в тренды. В исследовании СИМА новые тренды в связи с цифровизацией описываются по следующим направлениям: данные, ценности и бизнес-модели.

Данные.

В том, как специалисты по финансам обращаются с данными, прослеживается тренд на все большую автоматизацию процессов сбора и обработки данных и все увеличивающуюся необходимость внедрять инструменты, которые позволяют анализировать и эффективно использовать эти данные. То, чем испокон веков занимались представители финансовой сферы, – оценкой операционной и производственной результативности организации – теперь занимаются алгоритмы. Для людей в мире финансов настала новая эра – эра анализа рынка, создания ценности для клиента и способов монетизации данных.

Ценности.

Факторы стоимости бизнеса неизменно сдвигаются в сторону от материальных (таких как собственность, оборудование, запасы) к нематериальным ценностям (таким как бренд, доверие, патент, кадры) последние 30 лет. При этом нематериальные ценности не находят отражения в бухгалтерской отчетности, что все чаще делает документы, характеризующие финансовое состояние организации, не имеющими отношения к действительности. Финансовым специалистам предстоит массово проделать большую работу по созданию новой системы оценки результатов, в которой предусмотрено измерение нематериальных активов, интеллектуального капитала и анализ их взаимосвязи с ценностью компании и потенциалом для ее роста.

Бизнес-модели.

Еще один тренд в финансовой сфере, связанный с глобальной цифровизацией, – это необходимость понимания бизнес-модели компании ее финансовыми сотрудниками. Бизнес-модель – это единая система того, как организация определяет и создает свою ценность и как взаимодействует с внешним миром. Она объединяет деятельность всех департаментов. Чтобы выйти за рамки алгоритмизированной работы, которая подвергается все большей автоматизации, на новый уровень функционирования внутри компании, финансовые специалисты должны действовать не изолированно, а на основе своего понимания бизнес-модели и в тесном взаимодействии с другими отделами.

На какие навыки растет спрос в финансовой сфере?

Чтобы решать задачи, которые встают перед организациями в связи с вышеупомянутыми вызовами и трендами, не увеличивая при этом расходы, финансовым директорам приходится выходить из зоны комфорта и играть по-крупному, а именно:

-внедрять цифровые технологии во все процессы, начиная со сбора данных и заканчивая принятием решений;

-повышать квалификации команды, превращая сотрудников из простых счетоводов в настоящих партнеров по бизнесу.

Представители финансового сектора должны демонстрировать компетенции, которые раньше от них либо не требовались, либо требовались в ограниченном объеме от топ-менеджеров и узких специалистов. Список этих компетенций связан с автоматизацией рутинных вычислительных процессов, необходимостью внедрять технологическое программное обеспечение, а также предлагать инновационные решения на основе работы с ним [2].

В исследовании СИМА нужные финансовым специалистам будущего компетенции разделены на 3 категории:

-Общая цифровая грамотность;

-Специальные знания на стыке IT и финансов;

-Бизнес- и надпрофессиональные навыки (soft skills).

Чтобы успешно функционировать в корпоративных условиях, любому современному человеку, в т.ч. и представителю финансовой сферы, нужно обладать навыками по следующим направлениям:

- Обработка информации;
- Цифровая коммуникация;
- Создание цифрового контента;
- Цифровая безопасность.

От работников финансового сектора требуется экспертность в следующих областях:

- Облачные вычисления;
- Конфиденциальность и безопасность;
- Анализ данных;
- Новые бизнес-модели.

В финансовой сфере идет все большая ориентация на гибкие навыки:

- Умение решать сложные задачи;
- Ведение переговоров;
- Умение принимать решения с учетом особенностей цифровой среды;
- Критическое мышление;
- Креативность;
- Активное обучение в течение всей жизни.

Таким образом, финансовая сфера одновременно взяла два направления: на автоматизацию и гуманизацию. Освободившись от большинства изнуряющих рутинных задач, финансовые специалисты движутся в сторону

Финансовое образование как фактор развития экономики региона.

На сегодняшний день сфера образования имеет возможность оказывать влияние на духовные и нравственные приоритеты личности, поэтому стратегия стабильного общественного развития в XXI веке является основной целью современного образовательного процесса. Современное не только дает человеку профессиональные умения и навыки, но и повышает его интеллектуальный и культурный уровень.

Уровень и темпы совершенствования знаний, технологий, экологической составляющей, социально-экономических и политических отношений стали столь стремительными и привели на лидирующих векторах науки и техники к быстрому устареванию знаний, получаемых профессиональных навыков и компетенций в течение коротких 3-4 лет. Столь быстрая динамика отражает уровень развития современного общества. Осуществляется поэтапная замена направленности образования от узкой специализации – к подготовке квалифицированного специалиста широкого профиля. Как следствие появляется необходимость перехода к непрерывному образованию, которое станет основой жизни человека в изменяющейся реальности; формированию личности специалиста на основе проблемного, универсального, энциклопедического образования. В условиях интенсивного развития мирового сообщества образование становится основой развития экономики государства и региона. Наличие имеющегося потенциала кадров, применение системы непрерывного образования, служит главным фактором устойчивого развития экономической и социальной систем регионов в свете перехода на инновационную модель экономики.

На сегодняшний день профессиональные знания предшествуют практической деятельности человека, а общекультурные позволяют ему постоянно развиваться, работать над собой. Общество, не понимающее этого, или не желающие воспринять это как существующую реальность, никогда не смогут занять лидирующего места в своем социально-экономическом развитии. Следовательно, управление регионом предполагает повышение качества жизни населения за счет формирования необходимых условий для непрерывного образования трудоспособного населения. Основопологающий фактор формирования и развития нематериальных активов как основы инновационной экономики – это система образования и науки выступающей в качестве элемента социальной инфраструктуры региона. Инфраструктура имеет межотраслевой характер и предназначена для выполнения интеграционной функции между отраслями производства, регионами и государствами, таким образом, она непосредственно не создает материальных благ, а обеспечивает эффективность производства в регионе в целом и в отдельных отраслях экономики. Так же, уровень инфраструктуры влияет на создание имиджа территории. Каждый субъект РФ исходя из особенностей развития имеющегося образовательного пространства формирует собственную систему развития образования. версию развития образования. Руководители образования федерального уровня заинтересованы в усилении так называемой «властной вертикали» и контроле над происходящими процессами. Такие рычаги управления, как государственные образовательные стандарты, базисный учебный план и учебники, не гарантируют еще сохранения единого образовательного пространства. Именно на этом уровне остро осознаётся разрыв затратами на создание системы образования и ее социально – экономической эффективностью. Хотя Россия обладает достаточно развитой системой профессионального образования, становление инновационной экономики требует новых подходов к формам и методам управления ею [3].

Значимость образования с экономической точки зрения можно охарактеризовать как подготовку студентов к будущей профессиональной деятельности в соответствии с потребностями общества и спросом на кадры соответствующей квалификации. Решение проблемы в части подготовки нужных экономике специалистов возможно только при непосредственном

взаимодействии учебных заведений и предприятий. Для этого необходимо сформировать систему, при которой работодатель будет влиять на структуру подготовки специалистов и заказывать выпускников, обладающих знаниями, позволяющими работать на конкретном предприятии, а учебное заведение получает базу для практической подготовки своих студентов.

Данное взаимодействие поможет выявить перспективную составляющую в работе учебного заведения и создать на предприятии трудовой коллектив, позволяющий реализовывать поставленные перед ним задачи. Это даст учебному заведению возможность проследить за изменяющимися требованиями работодателей в различных отраслях к будущим работникам и оперативно корректировать образовательные программы, это в свою очередь, будет способствовать повышению его конкурентоспособности. При этом у работодателей появляется возможность влиять на учебный процесс и получать специалистов, подготовленных по «специальному заказу». Современные учебные заведения, особенно подготавливающие специалистов в экономической сфере, должны своевременно реагировать на требования рынка, четко ориентироваться в потребностях экономики. В целом, обучение в современном обществе основывается на внедрении фундаментальной науки непосредственно в учебный процесс и производство.

На данный момент в бизнес-среде необходим кардинально новый работник – мобильный, компетентный специалист, способный решать проблемные, многоходовые задачи и находить оптимальные решения. Для дальнейшего обеспечения высоких темпов роста экономически устойчивого развития регионов и государства в целом, перевода на качественно новые стандарты образования. Из всего вышесказанного следует, что требования к повышению конкурентоспособности экономики в современных сложных экономических условиях предъявляют новые требования к образовательной политике государства и региона. Надо понимать, что основа социально – экономического развития любого общества это человеческая деятельность, позволяющая, в частности, преобразовывать в экономической системе первичные сырье и материалы в необходимые для цивилизованной жизни блага и ресурсы.

Библиографический список

1. Парахонский А.П. Качество высшего образования – ключевой фактор устойчивого развития общества/ А.П. Парахонский // Успехи современного естествознания. 2023. № 5. С. 98. (дата обращения: 10.11.2024)
2. Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2023 года. (дата обращения: 10.11.2024).
3. Кильдюшкина И.Г. Инновационные подходы к развитию экономики на региональном уровне / И.Г. Кильдюшкина// Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2022. № 1. С. 116-124. (дата обращения: 10.11.2024).

УДК 332.1

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ РЕГИОНОВ РОССИИ И ПРОБЛЕМЫ ЕГО УЛУЧШЕНИЯ

Устинов А.И., бакалавр 4-го курса

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

Аннотация. В статье рассматривается понятие инвестиционного климата, а также ключевые факторы его формирования. Проанализирована актуальная статистика оценок инвестиционного климата регионов России, сделаны соответствующие выводы по динамике перехода регионов по уровням инвестиционной привлекательности. Сформулирована актуальная проблематика и предложены методы ее решения.

Ключевые слова: инвестиционный климат, регионы России, территориальная единицы, инвестиционная привлекательность, инвестор.

THE INVESTMENT CLIMATE OF THE RUSSIAN REGIONS AND THE PROBLEMS OF ITS IMPROVEMENT

Ustinov A.I. Bachelor of the 4th year

*Scientific supervisor: E.V. Gubanova, Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The article discusses the concept of the investment climate, as well as the key factors of its formation. The current statistics of assessments of the investment climate of the regions of Russia are analyzed, relevant conclusions are drawn on the dynamics of the transition of regions by levels of investment attractiveness. The actual problem is formulated and methods of its solution are proposed.

Keywords: investment climate, regions of Russia, territorial units, investment attractiveness, investor.

В современных условиях функционирования российской экономики, которая, очевидно, последние годы проходит достаточно непростой период ввиду множества внутренних и, в особенности, внешних факторов, начиная с мировой пандемии, в корне повлиявшей на мировую экономику в целом, и заканчивая актуальной на сегодняшний день политической дестабилизацией, государству как никогда необходимо стимулировать работу всех экономических субъектов, оказывать значительную поддержку в области развития российского бизнеса, а также способствовать обеспечению таких условий, в которых экономическая система будет на постоянной основе динамично масштабироваться и интенсифицироваться. Одним из таких условий, является повышение инвестиционной привлекательности субъектов Российской Федерации и, как следствие, всей страны в целом.

Актуальность рассматриваемой тематики обуславливается, во-первых, государственной важностью данного вопроса, т.к. повышение инвестиционного климата страны самым непосредственным образом связано с развитием предпринимательской среды и бизнес-культуры в регионах, что, на данный момент, является одним из ключевых приоритетов в рамках стратегического развития России. Во-вторых, повышение инвестиционного климата в регионах России предполагает проведение комплексного всестороннего анализа состояния субъектов Российской Федерации для получения оценки их инвестиционного потенциала, что позволит не только выявить наиболее перспективные территориальные единицы, но и понять слабые места отдельных регионов для дальнейшей корректировки ситуации. Также, стоит отметить, что развитие инвестиционного климата регионов связано не только с экономическими устремлениями, но и со смежными сферами жизни, которые, в свою очередь, в той или иной степени оказывают (или будут оказывать) влияние на уровень жизни страны, что, как раз, является одним из ключевых факторов при оценке инвестиционной привлекательности регионов и государства.

Для более предметного понимания рассматриваемого вопроса обратимся к теоретической составляющей инвестиционного климата. Если говорить обобщенно, то инвестиционный климат представляет собой совокупность экономических, социальных, политических и финансовых условий в отдельном регионе или государстве, которые влияют на готовность потенциальных инвесторов вкладываться в развитие региона или бизнеса на конкретной территориальной единице. В целом, понятие инвестиционного климата является достаточно обширным и при его разборе целесообразно выделить наиболее ключевые факторы, из которых он складывается, а именно:

1) Внутренний региональный рынок (К данному фактору можно отнести уровень экономической активности внутреннего рынка региона, степень его наполненности различными товарами и услугами из различных областей торговли и производства, количество экономически-активного населения, сопоставление показателей спроса и предложения в динамике не менее, чем за 3 последних года и др. – чем позитивнее динамика данных показателей в периодическом сравнении, тем выше экономическая привлекательность субъекта для потенциального инвестора ввиду меньших инвестиционных рисков);

2) Социально-политическая стабильность (можно рассматривать как в рамках государства в целом, так и в рамках отдельного региона, т.е. частота сменяемости аппарата местного самоуправления, степень бюрократизации, уровень коррумпированности, уровень социальной и криминальной напряженности в регионе и др., взаимосвязь также довольно очевидна, – чем чаще меняется власть и чем выше степень коррумпированности этой власти, тем меньший интерес для инвестора будет представлять предполагаемый к вложению субъект);

3) Законодательная база и наличие нормативно-правовой поддержки (наличие четких законодательных актов, регламентирующих деятельность бизнес-среды и обеспечивающих права и возможности инвесторов, официально закрепленные меры поддержки для бизнесов, обеспечение защиты прав и интересов инвесторов и др. – чем большая степень правовой поддержки для инвестора, тем безопаснее и, соответственно, более привлекательнее для него вкладывать свои денежные средства в развитие конкретного субъекта);

4) Инфраструктурное обеспечение (степень ресурсного обеспечения региона, высокая транспортная доступность, наличие развитой коммуникационной сети, количество и масштабы функционирующих на конкретной территории производственных и непроизводственных предприятий, обеспечение региона социальными инфраструктурными учреждениями и др. – чем выше степень развитости региона, тем больше возможностей открывается для инвестора);

5) Трудовой потенциал региона (степень наполненности рынка труда соответствующего региона квалифицированными кадрами, уровень безработицы и образованности населения, количество и статистическое качество предоставляемых жителям региона рабочих мест и др. – чем больше возможностей привлечь к работе квалифицированных и потенциально-развитых кадров, тем выше можно получить итоговый результат от работы вложенных инвестором денежных средств [1, с. 45-52].

Конечно, факторы влияния на инвестиционный климат не ограничиваются перечисленными выше 5 аспектами, в полномасштабном анализе инвестиционной привлекательности их количество числится 56 показателями, однако именно они являются наиболее ключевыми, обобщая в себе более мелкие детали, которые рассматриваются уже позже, непосредственно исходя из специфики потребностей инвестора и предполагаемого к инвестированию субъекта.

Рассматривая текущий уровень инвестиционного климата регионов России стоит отметить, что помимо указанных ранее факторов, в рамках формирования оценки инвестиционного климата также применяется классификация инвестиционной привлекательности, разработанная Национальным Рейтинговым Агентством (НРА), входящим в список крупнейших аналитических агентств, функционирующих на основе предоставленной Центральным банком РФ лицензии, что позволяет использовать данную оценочную систему на государственном уровне (рис. 1) [4].

Категория «регионы с высоким уровнем инвестиционной привлекательности»	
Группа IC1	высокая инвестиционная привлекательность – первый уровень
Группа IC2	высокая инвестиционная привлекательность – второй уровень
Группа IC3	высокая инвестиционная привлекательность – третий уровень
Категория «регионы со средним уровнем инвестиционной привлекательности»	
Группа IC4	средняя инвестиционная привлекательность – первый уровень
Группа IC5	средняя инвестиционная привлекательность – второй уровень
Группа IC6	средняя инвестиционная привлекательность – третий уровень
Категория «регионы с умеренным уровнем инвестиционной привлекательности»	
Группа IC7	умеренная инвестиционная привлекательность – первый уровень
Группа IC8	умеренная инвестиционная привлекательность – второй уровень
Группа IC9	умеренная инвестиционная привлекательность – третий уровень

Рисунок 1. Национальная система классификации инвестиционной привлекательности регионов РФ

Опираясь на представленный выше рисунок, можно отметить, что все анализируемые регионы разбиваются на 3 большие категории: регионы с высоким/средним/умеренным уровнем инвестиционной привлекательности, а, в свою очередь, каждая из категорий имеет по 3 подраздела, которые присваиваются регионам в соответствии с полученными результатами анализа.

Рассмотрим последний актуальный пресс-релиз НРА об оценке уровня инвестиционной привлекательности российских субъектов на конец 2023г. (рис. 2) [4].

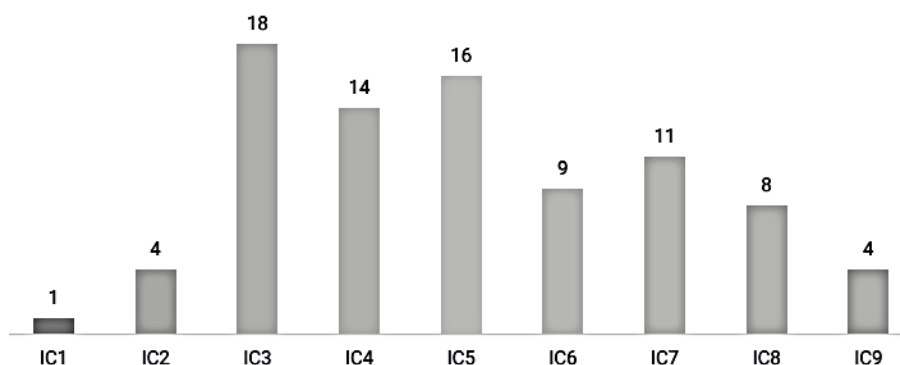


Рисунок 2. Распределение регионов по группам инвестиционной привлекательности на конец 2023г.

Так, обращаясь к статистике, представленной на рисунке выше, отчетливо видно, что наибольшее количество российских регионов (39 субъектов) имеют средний уровень инвестиционной привлекательности, что говорит о надлежащем объеме работы в области повышения изучаемого показателя (к данной категории были отнесены Оренбургская область (IC4), Калужская область (IC4), Рязанская область (IC5), республика Мордовия (IC5), Орловская область (IC6), Смоленская область (IC6) и др.). К регионам с умеренным (или, другими словами, низким) уровнем инвестиционной привлекательности были отнесено 23 субъекта среди которых: Брянская и Псковская области (IC7), Чеченская республика и республика Алтай (IC8), республика Тыва и республика Ингушетия (IC9). Наиболее благоприятный климат и наивысший показатель инвестиционной привлекательности, очевидно, получил г. Москва (IC1), сразу за ним в рейтинге обозначены Санкт-Петербург (IC2), республика Татарстан (IC2), Ямало-Ненецкий АО (IC2) и др.

При этом, важно уделить внимание и динамическому аспекту, т.е. сопоставление полученной регионами оценки за прошлый 2022г. по сравнению с отчетным. Так, у 10 регионов уровень инвестиционной привлекательности был повышен (в частности, Новосибирская обл., Краснодарский край, Оренбургская обл., респ. Адыгея и т.д.), у 25 регионов уровень стал ниже (Свердловская обл., Калужская обл., Хабаровский край и т.д.), а, соответственно, оставшиеся 50 регионов смогли сохранить уровень в рамках прошлогодних оценок [5].

Так, можно отметить, одной из ключевых проблем актуальной ситуации с инвестиционной привлекательностью регионов является высокая степень разрозненности. Очевидно, что наибольший поток инвестиций будет получать наиболее перспективные субъекты – согласно пресс-релизу НРА около 65% инвестиционных потоков получают именно регионы, относящиеся к подкатегориям IC1, IC2 и IC3, в регионы средней инвестиционной привлекательности направляется порядка 28% инвестиций, а категория умеренной инвестиционной привлекательности получает около 7% инвестиций, имеющих нестабильный «плавающий» характер. Исходя из этого, можно сказать, что инвесторы, в том числе и в лице государственных органов, делают ключевой упор, в первую очередь на первую категорию (что подтверждает уровень технологической и научной емкости соответствующих субъектов Российской Федерации), в то время как регионы, занимающие в рейтинге самые низкие позиции, остаются «затерянными» на фоне больших развитых городов.

Конечно, данный факт объясняется множеством причин, среди которых будут фигурировать те самые факторы, учитываемые при оценке инвестиционной привлекательности, однако, если рассматривать данный вопрос в контексте долгосрочного стратегического развития, «низшие» регионы, при должном внимании и государственной поддержке, могут изменить свое положение. В качестве подобного примера можно привести республику Алтай, занимающей предпоследнюю в системе оценивания категорию (IC8).

Несмотря на действительную географическую удаленность и, возможно, местами слабо развитую инфраструктуру, в этом регионе заложен огромный потенциал туристического направления. Огромное количество природных достопримечательностей (т.е., фактически, отсутствие инфраструктуры можно развернуть в конкурентное преимущество), не тронутых производственными предприятиями и экологическими загрязнениями способно привлечь массовые толпы туристов. Однако, несмотря на столь очевидную возможность, данный вопрос до сих пор не был реализован, именно потому, что большая часть туристических инвестиций уходит в более инвестиционно-привлекательный регион – Краснодарский край.

Таким образом, можно сделать вывод, что инвестиционный климат регионов России – довольно изменчивый показатель, который, хоть и определяется рядом установленных и согласованных факторов, все же частично имеет и субъективно-стихийный характер. Одной из ключевых проблем улучшения инвестиционного климата является, во-первых, отсутствие внимания к регионам с низкой инвестиционной привлекательностью (даже с учетом потенциала, заложенных в данные территориальные единицы), а во-вторых, как следствие, слишком пристальный ориентир на регионы с высокой инвестиционной привлекательностью (большое количество инвестиций в уже и без того оснащенный регион в один момент может начинать отрицательно сказываться, как на самом субъекте (ввиду невозможности реализации ожиданий инвесторов ввиду огромного уровня конкуренции), так и на вложенных денежных средствах инвесторов (ввиду высоких рисков из-за той же конкуренции, возникают инвестиционные риски). В совокупности, получается взаимообусловленная ситуация, когда отсутствие баланса не позволяет оптимально распределять инвестиционные притоки, закрепляя достаточно очевидное иерархическое распределение между субъектами Российской Федерации.

Инвестиционный климат регионов России нуждается в комплексном подходе к решению обозначенной проблемы – нуждающиеся регионы, имеющие действительный инвестиционный потенциал, продолжают оставаться в тени крупных центров сосредоточения вложений, из-за чего снижается общий уровень инвестиционной привлекательности государства в целом, что, конечно, и отражается на иных показателях, в совокупности определяющих такие факторы, экономический рост страны, уровень жизни населения, динамику ВВП и др.

Библиографический список

1. Цифровая архитектура инвестиционной привлекательности: монография / А.М. Валеева, Л.В. Камдина, Ю.В. Лысенко [и др.]. Москва: Русайнс, 2022. 159 с.
2. Губанова Е.В., Шихшунатова А.Р. Оценка инвестиционного потенциала агропромышленного комплекса региона // Калужский экономический вестник. 2021. № 3. С. 35-43.
3. Зубков М.Э., Жахов Н.В., Губанова Е.В., Новосельский С.О. Ретроспективная оценка экономического развития региона в фарватере социально ответственного управления и функционирования бизнеса // Экономика, предпринимательство и право. 2023. Т. 13. № 6. С. 2055-2068.
4. НРА [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.ra-national.ru/?ref=xranks> (Дата обращения: 03.11.2024).
5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] // Режим доступа:

Секция 5. Роль предпринимательской деятельности в финансово-экономическом образовании и развитие предпринимательской грамотности

УДК 338.45

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Бельчиков Я.О., бакалавр 1-го курса

Научный руководитель: Витютин Т.А., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация: В статье рассмотрена организационно-экономическая характеристика деятельности ООО «Иафет». Проанализированы структура добычи полезных ископаемых и персонала, промышленный потенциал, показатели прибыли предприятия в динамике.

Ключевые слова: добыча песочно-гравийной смеси, предприятие, оборудование, добывающая промышленность.

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC CHARACTERISTICS OF THE COMPANY'S ACTIVITIES

Belchikov Y.O. bachelor's degree of the 1st year

Supervisor: T. A. Vityutina, Candidate of Economics, Associate Professor

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract: The article considers the organizational and economic characteristics of the activity of LLC "Iaphet". The structure of mining and personnel, industrial potential, and profit indicators of the enterprise in dynamics are analyzed.

Keywords: sand and gravel mixture extraction, enterprise, equipment, mining industry.

В современных условиях необходимо изучать деятельность предприятий в России, поскольку они играют ключевую роль в развитии экономики страны. Чем больше успешных и устойчивых предприятий создаётся в стране, тем стабильнее её экономика. Одним из таких предприятий является ООО «Иафет». Оно открылось 16 августа 2018 года. Данное предприятие разработало и рекультивировало месторождение песчано-гравийной смеси в Калужской области в полном соответствии с требованиями строительных, технологических и санитарных норм, правил, инструкций и государственных стандартов, а также с учетом предоставленных Заказчиком материалов и сведений. Регистрационный номер в Пенсионном Фонде России: 050008051171 от 26 апреля 2019 г. Регистрационный номер в Фонде Социального Страхования: 400046659140001 от 28 августа 2018 г. [3].

Основные цели предприятия – разработка технических решений, предусматривающих полноту добычи балансовых запасов полезного ископаемого месторождения и осуществление производственной деятельности в соответствии с требованиями промышленной безопасности и охраны окружающей среды, а также добыча полезных ископаемых и ПГС (песочно-гравийная смесь). Разработка полезных ископаемых осуществляется экскаваторами с транспортировкой горной массы на дробильно-сортировочную площадку посредством автосамосвалов. Основными показателями деятельности предприятия являются:

1) годовой объем добычи – 500 тыс. м³ (в случае увеличения объема добычи, будет меняться и прибыль предприятия);

2) площадь предварительного горного отвода участка – 50,898 га.

Предполагаемые расчеты геологических запасов полезного ископаемого составляют по категориям:

1) По категории С1 – 4712 тыс. м³, которые будут отработаны в течение 9 лет;

2) Предполагаемые запасы 4712 тыс. м³ согласно заданной производительности (50 тыс. м³ в год), будут отработаны в течение 88-100 лет.

Потребителем является само предприятие. Оно занимается добычей ПГС и полезных ископаемых, и занимается продажей полезных ископаемых. Чем больше другие компании (ООО «Ресурс», Группа «ЛСР» и т.д.) покупают песка, тем больше чистой прибыли имеет предприятие (больше 62,87 миллионов рублей).

На рисунке 1 представлена структура добычи полезных ископаемых в ООО «Иафет».



Рисунок 1- Структура добычи полезных ископаемых

Анализ рисунка 1 показывает, что ООО «Иафет» добывает в год: песка – 500 тыс. м³ (57%), гравий – 417 тыс. м³ (26%), гранит-396 тыс. м³ (10%), базальт-300 тыс. м³ (7%).

Рассмотрим конкурентов предприятия ООО «Иафет»:

- 1) Группа «ЛСР»;
- 2) ОАО «Павловск Неруд»;
- 3) ООО «Донской Камень»;
- 4) АО «Богаевский Карьер».

Проблема предприятия заключается в том, что необходимо обязательно сохранить месторождение ПГС, которое может обеспечить добычу сырьем на 5-10 лет. Такие месторождения, частично разведанные или уже подготовленные к разработке, называемые карьеры, существуют повсеместно в пределах средней полосы России. Поэтому необходимо тщательно провести геологоразведочные работы на испрашиваемых участках для выявления наличия гравия и понимания возможности его добычи. А для геологоразведочных работ необходима лицензия на геологическое изучение.

Чтобы это предприятие развивалось, имело потенциал роста, нужно, в первую очередь, осуществить инвестиции в размере примерно 120.000.000 рублей. Срок окупаемости: 2 года. Доход инвестора в год планируется в размере 15269302 руб. Условный жизненный цикл проекта – 10 лет. Срок окупаемости с начала реализации проекта – 7 месяцев. Срок окупаемости с учетом дисконтирования – 2 года.

В таблице 1 рассмотрим используемое оборудование в ООО «Иафет» [2, 4].

Таблица 1 – Применяемое оборудование в ООО «Иафет»

При проведении работ на вскрышном уступе	Краткая характеристика оборудования-1	При проведении работ на высоком уступе	Краткая характеристика оборудования-2
Бульдозер Shantui SD22	Применяется для снятия и образования буртов из почвенного слоя.	Бульдозер Shantui SD22	Применяется для рыхления кусков почвы при помощи механического рыхлителя
Экскаватор JCB JS 360 LN/NLC	Применяется для выемки и погрузки пород основной вскрыши(добычи)	Экскаватор JCB JS	Применяется для погрузки полезного ископаемого.
Фронтальный погрузчик XCMJ LW500FN	Применяется для погрузки вскрышных пород из буртов.	Автосамосвалы F 45 А	Применяется для перевозки полезного ископаемого и дробильно-сортировочной площадки
Автосамосвалы VOLVO A 40 F	Применяется для перевозки ПГС и пород основной вскрыши на место их временного складирования	-----	-----

На рисунке 2 рассмотрим структуру персонала предприятия.



Рисунок 2. Структура персонала в ООО «Иафет»

Анализ рисунка 2 показывает, что на предприятии работают 17 человек: начальник карьера – 1 человек (6%), горный мастер – 2 человека (12%), диспетчер карьера – 2 человека (6%), бухгалтер-кассир – 1 человек (6%), технический директор – 1 человек (6%), машинист экскаватора – 2 человека (12%), водитель самосвала – 2 человека (13%), машинист бульдозера – 2 человека (13%), машинист погрузчика – 2 человека (13%), оператор сортировочной установки – 2 человека (13%).

Добавлю, что для рабочих, машинистов экскаватора, водителей самосвала, машинистов бульдозера и погрузчика, а также оператора сортировочной установки, нужно иметь опыт работы не менее 3-х лет. Для ИТР (инженерно-технические работники), а именно: начальника карьера, горного мастера, диспетчера карьера, бухгалтера-кассира, технического директора – опыт работы должен быть не менее 5 лет.

В таблице 2 представлены показатели прибыли от финансово-хозяйственной деятельности ООО «Иафет» в динамике.

Таблица 2 – Показатели прибыли от финансово-хозяйственной деятельности ООО «Иафет» за 2019 – 2024 годы

Годы	Прибыль
2019	21,8 млн. рублей
2020	29,9 млн. рублей
2021	37,6 млн. рублей
2022	45,7 млн. рублей
2023	53,4 млн. рублей
2024*	61,3 млн. рублей

* данные приведены за 9 месяцев 2024г.

Анализ таблицы 2 показывает, что ООО «Иафет» за последние 5 лет заработало 249,7 миллионов рублей.

ООО «Иафет» в своей работе использует следующие документы и законодательные акты:

- Общесоюзные нормы технологического проектирования предприятий нерудных строительных материалов (ОНТП-18-85);

- «Правила охраны недр» ПБ 07-601-03;

- Пособие по составлению раздела «Охрана окружающей среды» к СНиП 11-01-95;

- Федеральный закон «Об охране окружающей среды» от 10.01.2002г. №7-ФЗ;

- Закон РФ «О недрах»;

- Приказ Минприроды РФ №525 от 22.12.1995г. «Об утверждении Основных положений о

рекультивации земель, снятия, сохранения и рациональном использовании плодородного слоя почвы»;

- Приказ Министерства природных ресурсов и экологии РФ от 25 июня 2010 года «Об утверждении требований к структуре и оформлению проектной документации на разработку месторождений твердых полезных ископаемых, ликвидацию и консервацию горных выработок, и первичную переработку минерального сырья».

Мероприятиями по повышению эффективности ООО «Иафет» могут служить: увеличение прибыли путем поиска новых рынков сбыта, использование фиксинга [1].

Итак, подводя итог всему сказанному, я хочу отметить, что организационно-экономическая характеристика деятельности предприятия, основанная на тщательном анализе и эффективном управлении, является залогом его успешного функционирования и конкурентоспособности. ООО «Иафет» – предприятие, которое осваивает щебеночный карьер, и является перспективным для развития экономики Износковского района Калужской области. Одним из главных условий его функционирования является поддержка Администрации района, а также Администрации Калужской и Московской областей в разработке карьера. ООО «Иафет» готово подписать инвестиционное соглашение с администрацией Износковского района с целью развития экономики района и поддержки его социальных проектов. Предприятие принимает активное участие в жизни Износковского района. Налоговые отчисления уплачиваются предприятием во все уровни бюджетной системы вовремя и в положенном объеме.

Библиографический список

1. Витютин Т.А., Волкова А.А. Повышение эффективности деятельности машиностроительного предприятия // Калужский экономический вестник. 2023. №3. С. 56-61.
2. Общесоюзные нормы технологического проектирования предприятий нерудных строительных материалов, ОНТП-18-85, Ленинград. Стройиздат. [Электронный ресурс] [https://docs.cntd.ru/document/1200007325] (дата обращения 19.10.2024)
3. Сайт ООО «Иафет». [Электронный ресурс] – www.audit-it.ru/contragent/1184027011838_ooo_iafet/ (дата обращения 19.10.2024)
4. Справочник. Открытые горные работы. Москва. [Электронный ресурс] – [www. geokniga. Org] (дата обращения 19.10.2024)

УДК 338.1

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ГРАМОТНОСТЬ И ЕЁ АКТУАЛЬНОСТЬ ДЛЯ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Денисова Е.Д., бакалавр 4-го курса

Богатов А.В., бакалавр 4-го курса

Научный руководитель: *Сидорова Т.А. к.э.н*

Калужский филиал Финансового университета Калуга

Аннотация. В данной статье рассматривается понятие предпринимательской грамотности, а также его актуальность в современной экономике. В работе представлены основные навыки, входящие в предпринимательскую грамотность необходимые для успешного ведения бизнеса. В работе анализируются основные ошибки, которые допускают предприниматели при ведении бизнеса. В статье также приведена статистика по количеству коммерческих предприятий в Калужской области и в целом в России.

Ключевые слова. Предпринимательская грамотность, индивидуальные предприниматели, финансовая грамотность, финансы, бизнес, предпринимательская деятельность.

ENTREPRENEURIAL LITERACY AND ITS RELEVANCE FOR DOING BUSINESS

Bogatov A.V., bachelor degree of the 4th year

Denisova E.D., bachelor degree of the 4th year

Supervisor: *T.A. Sidorova, Candidate of Economic Sciences*

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. This article examines the concept of entrepreneurial literacy, as well as its relevance in the modern economy. The paper presents the basic skills included in entrepreneurial literacy necessary for successful business. The paper analyzes the main mistakes that entrepreneurs make when doing business. The article also provides statistics on the number of commercial enterprises in the Kaluga region and in Russia as a whole.

Keywords. Entrepreneurial literacy, individual entrepreneurs, financial literacy, finance, business, entrepreneurial activity.

Развитие предпринимательства является определяющим условием развития экономического роста, инноваций, социального сектора в современном мире, в том числе и в России [7]. В условиях рыночной системы и экономических кризисов предпринимательская деятельность является ключевым механизмом, способствующим увеличению валового внутреннего продукта (ВВП) страны. Так, новые компании генерируют доходы, которые затем инвестируются в дальнейшее развитие бизнеса, что создает замкнутый цикл роста. При этом, указанные компании впоследствии становятся крупными налогоплательщиками, что способствует формированию бюджетных средств и их последующему перераспределению в виде финансирования государственных программ и предоставления услуг.

Однако, поскольку в основе предпринимательской деятельности заложены различные экономические, управленческие, правовые и социальные риски, в предпринимательском сообществе возникла потребность в их минимизации. В целях получения дополнительных навыков и знаний, способствующих принятию разумных управленческих решений, которые в условиях неопределенности рынка способствуют сохранению и развитию бизнеса в доктрине и практике появилось новое явление, как предпринимательская грамотность (entrepreneurial

Предпринимательская грамотность - совокупность знаний, навыков и умений, которые необходимы для успешного ведения бизнеса и управления предпринимательской деятельностью. Актуальность указанного понятия в России обусловлена состоянием российской экономики, которая, с одной стороны, располагает к открытию новых экономических субъектов, а с другой – предъявляет повышенные требования к тем субъектам, которые намерены развивать «свое дело» в долгосрочной перспективе.

При этом, большое значение для раскрытия термина «предпринимательская грамотность» имеет известное понятие «финансовая грамотность», под которым понимается свод рекомендаций по управлению личными финансами. При этом, предпринимательская грамотность важна не только для владельцев и управленцев бизнеса, но и для любого человека, потенциального решившего выйти на новый уровень в изучении методов распоряжения финансами.

Как отмечает заместитель министра экономического развития Т.А. Илюшников, ежегодно в России создается почти 1 млн новых субъектов МСП, из которых половина закрывается в первые два года ввиду невысокой финансовой грамотности среди предпринимателей. По данным проведенного исследования, 74% предпринимателей считают недостаточными свои знания для эффективного управления бизнесом.

Более того, аналитический центр НАФИ выявил в рамках исследования «Финансовая грамотность российских предпринимателей – 2022», что высоким уровнем финансовой грамотности обладают 24% предпринимателей, в то время как низким- 31%; средним показателем обладают чуть меньше половины опрошенных (45%). Таким образом, проблема развития финансовой и предпринимательской грамотности среди самих предпринимателей и населения является актуальной проблемой российского правового порядка.

Предпринимательская грамотность является многогранным понятием, включающим в себя множество компонентов: базовые знания о бизнесе, финансовая грамотность, маркетинг и продажи, управление рисками, правовые аспекты, навыки управления, инновации и креативность, сетевое взаимодействие, этика и социальная ответственность.

В данной статье следует рассмотреть ключевые ошибки, которые совершают предприниматели, поскольку их совершение может привести к банкротству ИП и ликвидации организации.

Во-первых, предприниматели пренебрегают знаниями законодательства Российской Федерации. Взаимодействие с органами власти начинается на этапе создания экономического субъекта при выборе наиболее оптимально подходящей организационно-правовой формы. На протяжении всего существования компании указанное взаимодействие продолжается в форме уплаты налогов, соблюдения условий договоров, регламентирования деятельности и т.д. вплоть до ликвидации компании. При несоблюдении законодательства предприниматель может столкнуться с штрафными санкциями, а в худшем случае и понести уголовную ответственность. Знание положений законодательства позволит предпринимателю пользоваться предложенными государством возможностями в виде льгот, получения различных выплат и т.д., а также защищать свои права.

Во-вторых, часто у предпринимателей отсутствует четкое финансовое планирование. Для минимизации возможных угроз необходимо распознавать потенциальные риски такие как финансовые, операционные или репутационные, а также разрабатывать стратегии по их снижению или устранению. Необходимо составлять планы продаж, потребности в финансовых ресурсах, поступления оплаты от покупателей, расчетов с поставщиками и т.д., для того чтобы сделать ситуацию более предсказуемой и понятной. Также важно отражать в планах возможные риски, связанные с потерей капитала, разрывом дат и т.д. Наличие у предпринимателя стратегии и тактики, четких целей способствует более стремительному росту компании.

В-третьих, предприниматели пренебрегают анализом. Предприниматель, который имеет целью рост и развитие своего дела должен иметь представление обо всех процессах, происходящих в его компании. Ему необходимо знать о его конкурентах, востребованности его продукта среди потребителей, способах оптимизации издержек и т.д. Такой анализ рынка позволяет предпринимателю увеличивать клиентооборот и принимать выгодные управленческие решения, что является преимуществом в конкурентной борьбе в условиях рыночной экономики.

В-четвертых, предприниматели пренебрегают делегированием. Передача полномочий от руководителя к подчиненному способствует высвобождению у первого ресурсов, которые могут быть направлены не на рутинную работу, а на поиск решений, связанных с развитием и расширением бизнеса. Предпринимателю важно уметь делегировать обязанности по осуществлению повседневной деятельности компаний с целью его концентрации на более важных стратегических задачах.

В-пятых, предприниматели пренебрегают бухгалтерским учетом. Законодательство РФ не требует от предпринимателя знать бухгалтерский учет, однако это может помочь в решении многих проблем. Так, нередки случаи, когда из компании выводят деньги, путем списывания через бухгалтера. Вероятность возникновения такой ситуации снижается, если предприниматель знает основы бухгалтерского учета.

Наконец, отсутствие разграничения денег бизнеса и личных денег предпринимателя приводит к тому, что из оборота выводятся средства для личных нужд, например, крупных покупок. Такая ситуация может создать кассовый разрыв, который необходимо будет покрывать за счет долгов. Устойчивый характер данной проблемы способствует созданию долговой ямы и, как следствие, банкротству предприятия.

С целью недопущения вышеуказанных ошибок государство должно развивать предпринимательскую грамотность. Более того, в масштабах государства актуальность предпринимательской грамотности обусловлена ростом числа созданных компаний в стране. Количество коммерческих организаций, внесенных в госреестр РФ как вновь созданные, в первом квартале 2024 года составило 63,5 тыс., что на 1,0% больше, чем в первом квартале 2023 года (62,8 тыс.), чем в первом квартале 2022 года на 18,3% (53,7 тыс.), 2021 года - на 12,9% (56,3 тыс.), чем в первом квартале 2020 года - на 2,4% (62,0 тыс.) [2]. В Калужской области также растет число индивидуальных предпринимателей, так, например в 2024 году открыли свое дело 12 555 человек, что больше 2023 года на 38,46%.

Такая тенденция роста предприятий в России требует от каждого экономического субъекта более внимательно относиться к вопросу предпринимательской грамотности, а также обеспечение государством соответствующих программ, повышающих предпринимательскую грамотность.

Так, в США существуют различные курсы и площадки для повышения финансовой грамотности среди предпринимателей, такие как: Курс молодого предпринимателя (Young course); Программа финансового образования Money Smart для малого бизнеса (MSSB) [3]. В России также реализуется и популяризируется всероссийская программа молодежного предпринимательства «Я в деле».

В настоящий момент, в России Министерство экономического развития также активно работает над повышением финансовой и предпринимательской грамотности предпринимателей. Отдельная работа проводится в социальных сетях и на портале «Мой бизнес» [1]. А, например, на сайте государственного органа Московской области «Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Московской области» имеется раздел «Правовое просвещение», который содержит материалы, полезные для предпринимателей. Повышением предпринимательской грамотности занимаются в том числе и частные компании. Например, у Т-Банка есть проект «Бизнес секреты», представляющий под собой онлайн-платформу, где можно найти большое количество полезной информации для предпринимателей.

На базе Финансового университета проводится курс «Эффективное управление финансами в предпринимательской деятельности», который направлен на формирование и систематизацию знаний в области управления финансами в предпринимательской деятельности, содействие повышению уровня финансовой грамотности предпринимателей и лиц, планирующих начать предпринимательскую деятельность.

Таким образом, в России повышение предпринимательской грамотности начинает развиваться не только на уровне государства, но и на уровне частных компаний и университетов, что безусловно является положительной тенденцией.

Важно понимать, что предпринимательские навыки – это не врожденные качества, а компетенции, которые можно и нужно развивать на протяжении всей жизни. Каждый человек имеет возможность обучаться, накапливать опыт и совершенствовать свои способности в области управления, финансов, маркетинга и других ключевых аспектов бизнеса. Этот процесс требует времени, практики и стремления к самосовершенствованию, но с настойчивостью и упорством любой может стать успешным предпринимателем.

Библиографический список

1. Официальный сайт «Мой бизнес» [Электронный ресурс]- URL: <https://мойбизнес.рф/anticrisis/> (дата обращения 13.11.2024).
2. Официальный сайт Интерфакс. Число ликвидированных компаний в РФ сократилось на 26% [Электронный ресурс] URL: https://spark-interfax.ru/articles/chislo-likvidirovannyh-v-rf-kompanij-v-i-kvartale-sokratilos-na-26-procentov_11042024 (дата обращения 13.11.2024).
3. Официальный сайт министерства финансов США. Financial Literacy and Education Commission [Электронный ресурс] URL: <https://www.treasury.gov/resource-center/financial-education/Pages/commission-index.aspx> (дата обращения 13.11.2024).
4. Официальный сайт Т-Банк.Бизнес.секреты [Электронный ресурс]- URL: <https://secrets.tinkoff.ru/meropriyatiya/> (дата обращения 13.11.2024).
5. Официальный сайт Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Московской области [Электронный ресурс] URL: <https://uzpp.mosreg.ru/deyatelnost/pravovoe-prosveshchenie> (дата обращения 13.11.2024).
6. Финансовая грамотность: учебник для вузов / науч. ред. Р.А. Кокорев. М.: Издательство Московского университета, 2021. С. 568.
7. Шувалов И.И. Роль предпринимательской деятельности в условиях социально- экономического кризиса/ Шувалов И.И. // Экономика. Право. Общество. № 1 (21).2020. С. 13.
8. Официальный сайт молодежной предпринимательской программы «Я в деле» [Электронный ресурс] URL: <https://явделе.рф/?ysclid=m3j7qpj25b205382965> (Дата обращения: 14.11.2024).

УДК 331.101.31

ДОСТИЖЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ ЗА СЧЁТ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Бочкин Е.А., бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Акименко В.А., старший преподаватель
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация: В работе предоставлен анализ современных способов повышения эффективности мотивации персонала. Рассмотрены примеры стратегий мотивации популярных компаний, их анализ. Разработаны советы по усилению мотивации персонала для достижения ключевых целей организации.

Ключевые слова: Менеджмент, теория труда, мотивация труда, персонал, позитивное отношение к труду.

ACHIEVING STRATEGIC GOALS BY IMPROVING STAFF MOTIVATION

Bochkin E.A. bachelor's degree of the 2nd year

*Scientific supervisor: V.A. Akimenko, senior lecturer
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract: The paper provides an analysis of modern ways to increase the effectiveness of staff motivation. Examples of motivation strategies for popular companies and their analysis are considered. Tips have been developed to strengthen staff motivation to achieve the key goals of the organization.

Keywords: Management, labor theory, labor motivation, personnel, positive attitude to work.

На этапе планирования и разработки стратегических решений руководители придают мотивации своих сотрудников большое значение, однако не всегда эта мотивация может сохраниться у работников к моменту достижения поставленной цели. Без интереса к работе исполнителей крупные проекты не могут реализоваться в должной мере. Различные теории мотивации предлагают варианты и способы удержания внимания и интереса к работе у персонала, рассматривая как их личные, так и социальные мотивы.

Как отмечают иностранные специалисты, мотивация часто воспринимается неправильно, и, в связи с этим руководящие должности относятся к данному вопросу крайне поверхностно, считая, что источник мотивации может быть одинаковым у всех сотрудников. В лучшем случае непродуманные способы повышения мотивации могут сработать лишь в краткосрочной перспективе [1]. Подобное отношение может загубить желание персонала выполнять свои рабочие функции и вносить некую враждебность в рабочей атмосфере.

Таким образом, комплексный подход к изучению и развитию мотивации трудовой деятельности следует воспринимать как единое целое, в котором рассматривается анализ теорий мотивации, методологии мотивационной деятельности, анализ особенностей мотивации персонала и формирование внешней и внутренней мотивации персонала. [3] Именно после учёта данных факторов можно приступить к разработке плана по мотивации и удержанию интереса работников к реализации принятого решения, достижения приемлемого результата.

Работники имеют в своём распоряжении несколько способов для возвращения, или укрепления мотивации к своей работе самостоятельно. К этим способам относят:

- Пересмотр точки зрения и восприятия рабочего процесса, нахождение в нём моментов, удовлетворяющих субъективные запросы конкретного работника (например, удобное расположение работы, статус работника данной компании, неформальные мероприятия и праздники и тд.);
- Работа с коллегами, которые могут приятно общаться с вами и помогать с работой;
- Совместный поиск оптимального решения с руководством организации, способствующий удовлетворению потребности в самовыражении, чувству сопричастности к решению проблем.

Зачастую это может помочь решить небольшие личные проблемы, восстанавливая желание сотрудника участвовать в рабочем процессе. При групповой потере мотивации сотрудники не могут самостоятельно восстановить свой потенциал к работе, и такая ситуация требует вмешательства со стороны руководителей.

Задачей руководителей становится подготовка эффективной стратегии для возвращения мотивации персонала и укреплению ее эффективности и состоит из нескольких последовательных шагов:

1. Первый этап – анализ источников всеобщего недовольства, определение основных причин неудовлетворенности работой. Причины могут объясняться группой разнообразных факторов (отсутствие мотивационных потребностей, личностные способности человека, низкая самооценка человека, отсутствие необходимых полномочий, недоверие к руководству и другие) [3]. Анализ данных факторов может объяснить уровень морального состояния работников и оценить внутренние мотивы продолжения своей рабочей деятельности, что может помочь в определении степени мотивации, или демотивации персонала.

2. Второй этап – анализ способностей и ресурсов компании, которые можно выделить для усиления интереса персонала. Данный анализ может определить методы будущего воздействия на персонал, уровень воздействия и скорость разработки и применения стратегии в компании.

3. Третий этап – разработка основных мероприятий, задачей которых является начало повышения уровня мотивации персонала. К этим мероприятиям могут относиться выдачи премий, повышение уровня заработной платы, наделение определённых сотрудников новыми полномочиями, продвижение сотрудников по карьерной лестнице, проведение различных корпоративных мероприятий, тренинги по командообразованию, изменению условий труда, предоставление обратной связи и другие. Данные мероприятия могут послужить катализатором увеличения мотивации трудовой деятельности, способствовать улучшению трудового потенциала компании и повысить качество трудовой жизни персонала.

Для создания будущей замотивированной среды необходимо развивать организационную культуру компании, формирующую соответствующую модель поведения исполнителей и руководителей. В состав этой основополагающей модели должны войти убеждения и набор элементов поведения, определяющих характер формального и неформального взаимоотношения между сотрудниками организации [2].

Рассмотрим пример успешного создания организационной культуры компании, способствующей проведению мотивирующих процессов.

Известная компания Google проводила и инициировала несколько различных программ, направленных на привлечение интереса сотрудников. Одной из них стала программа распознавания сотрудников Googler-to-Googler [1], в ходе которой сотрудникам предлагалось выдвигать своих коллег за выдающиеся вклады в развитие компании и воплощение ценностей Google. Сотрудники, получившие данные отметки получали различные вознаграждения (к примеру, денежные премии или персонализированные подарки), а также подобные достижения публично и официально отмечали в организациях. Эта программа сформировала культуру признательности и сотрудничества, замотивировав сотрудников стремиться к совершенству и признавать вклад друг друга, понимая, что коллеги работают в окружении, имея возможность внести равный вклад на всеобщее благо. Таким образом компания, внедрив в свою работу возможность проведения обратной связи, дала возможность всем своим сотрудникам чувствовать свою значимость и престижность в компании. Также компания проводила опрос среди своих работников для сбора статистики и регулярного получения информации об удовлетворённости работой.

Рассмотрев пример успешного внедрения технологий повышения мотивации, можно вывести несколько ключевых преимуществ их применения [4]:

- **Повышение производительности.** В компаниях, где введена мотивирующая организационная культура сотрудникам проще и приятнее работать, не ощущая тяжести в рабочем процессе, увеличивая общую производительность и продуктивность. Вовлечённый сотрудник заинтересован в том, чтобы хорошо и быстро сделать свою работу.

- **Повышение сплочённости коллектива и снижение текучести кадров.** В данных рабочих условиях персонал привязывается к коллективу, ему комфортно работать, контактировать с коллегами и выполнять свои рабочие функции.

- **Повышение креативности и инновационности.** Работа в коллективе, где царит организационная культура, поощряющая и мотивирующая инициативную деятельность сотрудников, требует от сотрудников наличия творческих подходов к решению простых задач, формирует стремление улучшить ситуацию в компании, стимулирует сотрудников творчески осмысливать процессы, оптимизировать их.

- **Улучшения состояния и самочувствия сотрудников.** Пребывание сотрудников в коллективе, с позитивной мотивирующей атмосферой помогает сотрудникам не испытывать чувства тяжести и дискомфорта, помогая сохранять их моральное и физическое состояние.

- **Позитивный рабочий климат и обстановка.** Позитивная рабочая среда является благоприятным фактором для ведения рабочей деятельности. К её основным преимуществам относятся низкий уровень конфликтности внутри коллектива, скорость реакции и выполнения поставленных задач.

Подводя итоги, можно отметить, что при возникновении ситуаций, когда часть персонала теряет мотивацию к работе, вся компания рискует не достичь своей цели и замедлить темп своего роста. При единичных случаях сами работники могут предпринять попытку восстановления мотивации, но рассматривая общий случай потери мотивации и заинтересованности в рабочем процессе, важно понимать, что на данный сигнал должны оперативно реагировать менеджеры средних и высших уровней управления

Подход к формированию мотивационной рабочей среды не должен быть поверхностным, а напротив, должен объединять все решения в систему организационной культуры, поощряющей и привлекающей сотрудников к выполнению своих рабочих функций и усиленному проявлению заинтересованности в делах компании. Данная система может появиться благодаря введению разнообразных мероприятий, направленных на удовлетворение запросов персонала.

Библиографический список

1. Как мотивировать сотрудников: ключевые факторы, стратегия и примеры [Электронный ресурс] URL:<https://blog.jostle.me/blog/motivate-employees> (дата обращения 18.11.2024).
2. Ричард Стил и Брук Уэддл, Сабрин Чоудхури и Элизабет Хие - Понимание того, как сформировать организационную культуру для достижения успеха [Электронный ресурс] URL:<https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/the-organization-blog/insights-to-shape-organization-culture-for-success> (дата обращения 18.11.2024).
3. Мотивация трудовой деятельности персонала: комплексный подход 2021 год монография [Электронный ресурс]. URL:https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/97205/1/978-5-87818-602-5_2021.pdf (дата обращения 18.11.2024).
4. 15 эффективных методов мотивации сотрудников, которые стоит попробовать в 2024 году [Электронный ресурс]. URL:<https://www.culturemonkey.io/employee-engagement/employee-motivation-techniques/#top-15-employee-motivation-techniques-to-try-in-2024> (дата обращения 18.11.2024).

УДК 347.15

БАНКРОТСТВО ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ КАК ОСНОВА ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ

Голиков Н.Е., бакалавр 3-го курса

*Научный руководитель: О.И. Костина, кандидат экономических наук, доцент,
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В этой статье рассматриваются особенности банкротства физических лиц. Автор опирается на такие нормативно-правовые акты, как Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 № 127-ФЗ, Гражданский Кодекс Российской Федерации и другие отраслевые нормативные документы. В статье анализируются ключевые вопросы и проблемы, связанные с процедурой признания гражданина банкротом. Также обсуждаются различные препятствия и риски, с которыми могут столкнуться как физические лица, так и банки, и кредитные организации в процессе признания гражданина несостоятельным.

Ключевые слова: банкротство, физические лица, процедура банкротства, финансовая несостоятельность, долговая нагрузка, законодательство о банкротстве, подача заявления о банкротстве, арбитражный суд, мировое соглашение, реабилитация должника, упрощенная процедура.

BANKRUPTCY OF INDIVIDUALS AS THE BASIS OF FINANCIAL LITERACY FOR THE POPULATION

Golikov N.E., Bachelor of the 3rd year Scientific

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

Annotation. This article discusses the specifics of bankruptcy of individuals. The author relies on such normative legal acts as the Federal Law "On Insolvency (Bankruptcy)" dated 26.10.2002 No. 127-FZ, the Civil Code of the Russian Federation and other industry regulatory documents. The article analyzes the key issues and problems related to the procedure for declaring a citizen bankrupt. Various obstacles and risks that both individuals and banks and credit organizations may face in the process of declaring a citizen insolvent are also discussed.

Keywords: Bankruptcy, individuals, bankruptcy procedure, financial insolvency, debt burden, bankruptcy legislation, bankruptcy filing, arbitration court, settlement agreement, rehabilitation of the debtor, simplified procedure.

Банкротство физического лица – это финансовое положение человека, когда он не может платить по своим долгам кредитным организациям, юридическим или физическим лицам.

Банкротство или финансовая несостоятельность – это законный способ физических лиц избавиться от долгов, регламентированный № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве) физических лиц».

С течением времени в нормативно-правовую базу вносятся необходимые дополнения и изменения. Так, например, до 2015 года право заявить на банкротство имели только компании и индивидуальные предприниматели. Однако с 1 октября 2015 года ситуация изменилась, и теперь не только юридические лица, но и должники-физлица могут избавиться от долгового бремени законным путем.

С 4 ноября 2023 года вступил в силу закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 04.08.2023 N 474-ФЗ. 9 сентября 2024 года вступил в силу закон РФ, позволяющий сохранить единственное жилье с не до конца выплаченным за него ипотечным кредитом при прохождении банкротства.

Что же заставляет людей обращаться к процедуре банкротства? К банкротству приводят, как правило, следующие причины: сумма финансовых обязательств превысила стоимость всего имущества; утрата стабильного дохода, который позволял оформить кредиты на крупные суммы, изменение состава семьи: например, рождение детей и снижение уровня дохода на одного человека, кабальные условия договоров кредитования, утрата трудоспособности, инвалидность.

Все эти обстоятельства требуют документального подтверждения. Если выясняется, что должник намеренно предоставлял официальные документы с ложными сведениями о своих доходах (завышал суммы, чтобы получить кредит, и занижал, чтобы списать долги), то его недобросовестные действия могут повлечь за собой административное или уголовное наказание.

К концу 2024 года планируется переход на электронный документооборот, когда часть документов, необходимых для внесудебного банкротства, будут автоматически запрашиваться через систему межведомственного электронного взаимодействия.

Если долг физлица превышает 500 тыс. рублей, и он более трех месяцев просрочивает платежи, то он обязан начать процедуру банкротства. Это можно сделать и при меньшей сумме долга. Инициаторами банкротства при этом могут выступать как сами кредиторы, так и федеральная налоговая служба.

Процедура банкротства осуществляется двумя путями: стандартным (через арбитражный суд) и упрощенным (через МФЦ). Так стандартный путь включает в себя 4 этапа прохождения процедуры (рис.1).

Этапы процедуры банкротства

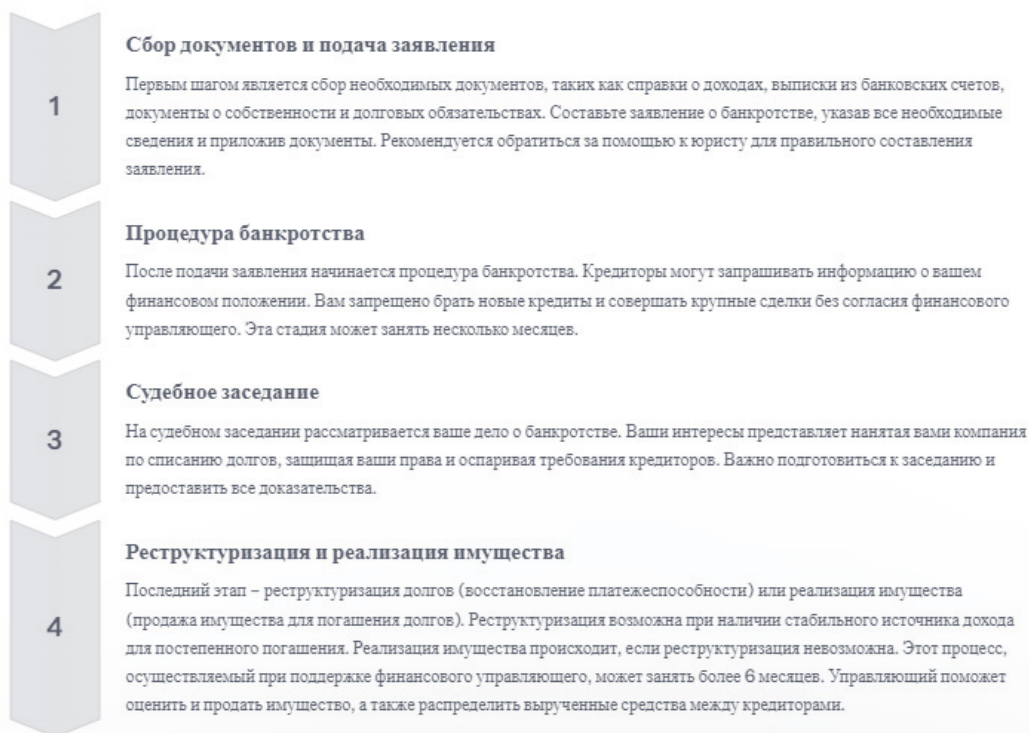


Рисунок 1. Этапы процедуры банкротства

Однако, клиенту банка не всегда желательно становиться официальным банкротом. Что делать, чтобы дело о банкротстве не получило развития?

Закон №127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» определяет основания для прекращения уже начатой процедуры: восстановление платежеспособности должника; заключение мирового соглашения с кредиторами; признание необоснованными требований

заявителя; отказ всех кредиторов, участвующих в деле о банкротстве, от заявленных требований; удовлетворение всех требований кредиторов, включенных в реестр требований; отсутствие средств, достаточных для возмещения судебных расходов, в том числе на выплату вознаграждения арбитражному управляющему.

Для клиента банка, не желающего становиться официальным банкротом, в данном случае наибольший интерес представляет возможность заключить мировое соглашение или убедить кредитора отозвать свое требование.

Для этого необходимо обсудить возможность пересмотра кредитного соглашения. Что может банк предложить кредитору в качестве альтернативы? Вариантов несколько, например: провести реструктуризацию кредита, использовать каникулы как рассрочку в банке, провести рефинансирование долгов, отсрочку и рассрочку через суд.

С 2020 года появилась возможность упрощенного банкротства - через МФЦ. Этот же способ называют процедурой внесудебного банкротства. Если физлицо будет проходить по всем критериям (документы и заявление рассматриваются в МФЦ в течение 3-х дней), то спустя 6 месяцев после проверки задолженность будет списана.

При упрощенной процедуре банкротства через МФЦ кредиторы должны соответствовать одному из следующих критериев: не сумели полностью или частично погасить долг по исполнительному листу, выданному не позднее чем за семь лет до даты обращения с заявлением о признании банкротом; пенсионеры, у которых единственный источник дохода — пенсия, а также нет имущества для взыскания; женщины, которые получают детские пособия и не имеют никакого имущества для списания в счёт долга; граждане, у которых нет имущества для погашения долга, и исполнительное производство прекращено в связи с этим.

С июля 2024 года список бумажных документов, который должен предоставлять банкрот, уменьшился. Документы будут запрашиваться через систему межведомственного электронного взаимодействия.

Если физическое лицо начинает процесс банкротства, в его отношении могут быть применимы три процедуры:

Реструктуризация долгов гражданина. В таком случае гражданин не объявляется банкротом, но меняются условия действующего кредита в пользу заемщика. Например, продлевают срок кредита или ипотеки, уменьшают ежемесячный платеж и т.д.

Реализация имущества гражданина. Под реализацию имущества попадает жилье, за которое на момент процедуры банкротства выплачивается ипотека, при условии, что это не единственное жилье.

К заявлению о банкротстве прилагается опись имущества, которая позволяет разобраться в том, что можно продать для частичного погашения финансовых обязательств. Единственное жилье, личные вещи, предметы первой необходимости, орудия производства, необходимые для заработка, как уже отмечалось, в список на реализацию, утвержденный судом, не войдут. Если вырученная сумма погашает не все долговые обязательства, после реализации имущества они все равно могут считаться удовлетворенными.

Мировое соглашение. Это тот случай, когда стороны договариваются и судебное дело прекращается.

С точки зрения закона на гражданина будут накладываться следующие ограничения:

Должник обязан сообщать о том, что ранее он был банкротом, если он решит взять кредит в течение следующих пяти лет. В течение следующих пяти лет после завершения процедуры банкротства гражданин не может самостоятельно инициировать процедуру банкротства вновь. В течение трех лет будет действовать запрет, согласно которому гражданин не сможет занимать должности в органах управления юрлица и иным образом участвовать в управлении юридическим лицом. Также суд может ограничить выезд за пределы страны.

Для начала процедуры банкротства физлицо может само собирать необходимые документы, а может прибегнуть к помощи юридических фирм. Таких сейчас очень много, в том числе и в Калужской области. Так, например, в Калуге есть юридические фирмы, которые занимаются банкротством. Это такие, как юридическая компания «Решение», «Правосудие», «КредитаНет», «Банкрот Консалт», НССД (национальная служба списания долгов), «Праватон», «Практика Права», «Центр Списания Долгов», «Банкрот Сервис» и др.

Популярность банкротства среди физлиц растет с каждым годом. С октября 2015 года по конец 2023-го по всей стране суды признали банкротами более 1 млн граждан.

В 2023 году в России было инициировано 400 000 дел по банкротству. А за 1 полугодие 2024 года уже 216 тысяч. Скорее всего по итогам года дел о банкротстве будет не меньше.

Через арбитражный суд в 1 полугодии 2024 года прошло 215 887 дел. При этом количество процедур по реализации активов 191 541 дел, по реализации долгов 24 346 дел. За это же время опубликовано сообщений о возбуждении банкротства через МФЦ- 12 654. В 5 раз больше, чем в 1 квартале 2023 года. В этом году процент начатых дел вырос с 69% до 92%. Более половины дел по внесудебному банкротству возбудили на основании заявлений от пенсионеров.

В 2023 году банкротами через суды стали 346 000 человек, тогда как в 2022 году- 274 000. Совокупный долг граждан в судебных делах по банкротству составил 437 млрд. рублей (в 2022 г. -384 млрд. рублей). Кредиторам вернули только 26 млрд. рублей.

Не все судебные дела завершились освобождением от долгов. Почти 2000 человек получили отказ. Это достаточно малый процент отказов.

Как свидетельствуют данные Единого федерального реестра сведений о банкротстве Калужская область вошла в тройку лидеров по количеству несостоятельных лиц на 100 000 населения. Это 324 гражданина, тогда как в среднем по России-191.

В 2023 году 10 000 жителей области полностью освободили от долгов, и только 78 человек получили отказ. Процент списания долгов в Калужской области меньше, чем в среднем по России. Всего списано долгов более чем на 9 млрд. рублей.

Все эти данные свидетельствуют о том, что страх перед банкротством постепенно отходит в прошлое и уступает место пониманию, что это единственный законный способ списать долги и улучшить своё финансовое состояние.

Так основной причиной становления банкротом в России, является финансовая неграмотность граждан. Низкий уровень знаний в области финансовых вопросов приводит к серьезным последствиям. Исследование показывает, что многие люди не обладают базовыми знаниями о принципах управления личными финансами, что делает их уязвимыми к финансовым трудностям и долговым обязательствам.

В условиях экономической нестабильности и роста цен население сталкивается с повышенными финансовыми рисками. Без должной подготовки и понимания финансовых инструментов, многие оказываются в ситуации, когда банкротство становится единственным выходом.

Для решения проблемы банкротства необходимо внедрение программ по повышению финансовой грамотности. Образование в этой области должно стать доступным и понятным для широкой аудитории, чтобы люди могли принимать обоснованные финансовые решения.

Для этого могут быть созданы различные информационные ресурсы доступные для любой категории граждан, внедрение курсов по финансовой грамотности в учебные заведения, а также Создание горячих линий и консультационных центров, где граждане могут получить помощь по вопросам управления долгами и банкротства.

Государственные структуры и НКО должны активно участвовать в просвещении населения о финансовых рисках и возможностях. Создание информационных кампаний и курсов может помочь повысить уровень осведомленности и снизить количество случаев банкротства.

Для изменения количества случаев банкротства необходимо активное участие общества и государственных структур в образовательных инициативах, направленных на повышение финансовой осведомленности граждан. Это позволит не только снизить количество случаев банкротства, но и создать более устойчивую экономическую среду для всех.

Библиографический список

1. Баранова А.А., Бобылева А.З., Вайпан В.А. и др. Институт несостоятельности (банкротства) в правовой системе России и зарубежных стран: теория и практика правоприменения: монография М.: Юстицинформ, 2020. 360 с.
2. Османова Д.О. Злоупотребления при несостоятельности (банкротстве): монография / под ред. О.А. Беляевой. М.: Юстицинформ, 2020. 184 с.
3. Подольский Ю.Д. Обособленные споры в банкротстве: монография. Москва: Статут, 2020. 171 с.
4. Правовое регулирование банкротства: учебник / Отв. ред. Е.Е. Енькова. М., 2021. 720 с.
5. Единый федеральный реестр сведений о банкротстве. [Электронный ресурс]. Режим доступа :<https://bankrot.fedresurs.ru/>. (дата обращения: 06.11.2024).

УДК 331.1

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ И МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ НА ОСНОВЕ ОПРОСА СТЕПЕНИ ИХ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ

Игнахина Е.В. бакалавр 1-го курса
Научный руководитель: *Витютина Т.А., к.э.н., доцент*
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация: В статье проведен анализ экономических показателей ООО "Таратехпром" г. Калуга. Представлены результаты опроса, позволяющие оценить уровень удовлетворенности сотрудников. На основе полученных данных сформулированы рекомендации по развитию и мотивации персонала.

Ключевые слова: управление персоналом, экономические показатели, удовлетворенность сотрудников, опрос, рекомендации.

RECOMMENDATIONS FOR THE DEVELOPMENT AND MOTIVATION OF EMPLOYEES BASED ON A SURVEY OF THEIR SATISFACTION

Ignakhina E.V. bachelor's degree of the 1st year
Supervisor: *T.A. Vityutina, Candidate of Economics, Associate Professor*
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract: The article analyzes the economic indicators of LLC Taratechprom Kaluga. The results of the survey are presented to assess the level of employee satisfaction. Based on the data obtained, recommendations for staff development and motivation are formulated.

Keywords: personnel management, economic indicators, employee satisfaction, survey, recommendations.

В условиях современного рынка эффективное использование человеческих ресурсов становится одним из ключевых факторов успеха организации. Управление персоналом играет важную роль в формировании и развитии конкурентных преимуществ компании, а также в обеспечении её устойчивого роста и развития. В связи с этим возникает необходимость в проведении комплексного анализа основных экономических показателей деятельности фирмы с учётом специфики управления персоналом. Это позволит выявить наиболее эффективные методы и подходы к управлению человеческими ресурсами, а также разработать рекомендации по их оптимизации. На примере одного из предприятий Калуги будет проведен анализ компании, а именно эффективность управления персоналом, проведен опрос работников, а результаты исследования могут быть использованы для разработки стратегий и программ развития персонала, направленных на повышение эффективности работы организации и улучшение её финансовых результатов.

Общество с ограниченной ответственностью (далее «ООО») «Таратехпром» зарегистрирована в едином государственном реестре юридических лиц 12 сентября 2011 года [1].

Регистрационный номер в Пенсионном Фонде России: 050026066606 от 13 сентября 2011 г. [2]. Регистрационный номер в Фонд Социального Страхования: 400048132840001 от 14 сентября 2011 г. [2].

Компания ООО «Таратехпром» занимается производством деревянных строительных конструкций и столярных изделий. компания осуществляет заготовку древесины в соответствии с установленными нормами и правилами, обеспечивая рациональное использование лесных ресурсов. Заготовка древесины включает валку деревьев, обрезку сучьев, раскряжёвку хлыстов и транспортировку древесины на производственные площадки. Заготовленная древесина перерабатывается на производственных линиях компании, где она проходит через процессы пиления, строгания, фрезерования и других операций, направленных на получение готовой продукции. В процессе производства образуются отходы древесины, которые компания утилизирует, используя их в качестве топлива для котельных или перерабатывая в древесную муку и пеллеты. Кроме того, ООО «Таратехпром» активно сотрудничает с заказчиками, предоставляя им консультации и помощь в выборе оптимальных решений для их проектов.

Компания стремится к установлению долгосрочных партнёрских отношений с клиентами, обеспечивая высокое качество продукции и услуг.

Таким образом, ООО «Таратехпром» представляет собой компанию, которая предлагает широкий спектр услуг в области производства деревянных строительных конструкций, столярных изделий, а также лесоводства и лесозаготовок. Ключевые экономические показатели, отражающие эффективность деятельности ООО "Таратехпром" отражены в таблице 1.

Таблица 1– Основные экономические показатели ООО «Таратехпром»

Показатели	2021 год	2022 год	2023 год
Выручка, руб.	10 507 000	16 273 000	25 260 000
Прибыль до налогообложения, руб.	5 223 000	-1 153 000	794 000
Рентабельность, %	49,7	-10,3	1,9

Исходя из данных таблицы 1 в 2023 году организация получила выручку в сумме 25,3 млн руб., что на 9 млн руб., или на 55,2%, больше, чем годом ранее [2].

Эффективность системы управления персоналом напрямую влияет на экономические показатели предприятия следующим образом:

1. Позитивное влияние: грамотная мотивация, обучение и развитие сотрудников ведут к повышению производительности труда, увеличению выручки и прибыли, снижению текучести кадров и улучшению качества продукции.

2. Негативное влияние: низкая заработная плата, отсутствие возможностей для профессионального роста, неудовлетворительные условия труда негативно сказываются на производительности труда, приводят к увеличению текучести кадров и снижению качества продукции.

Для определения степени удовлетворенности сотрудников ООО "Таратехпром" была проведен опрос, включающий в себя несколько разделов:

1. Вопросы о рабочей среде;
2. Вопросы о возможности удаленной работы и гибком графике;
3. Вопросы о руководстве и менеджменте;
4. Вопросы о командной работе;
5. Вопросы о профессиональном развитии;
6. Вопросы о компенсации и льготах;
7. Вопросы о балансе между работой и личной жизнью;
8. Общие вопросы о лояльности и удовлетворенности;
9. Вопросы о коммуникациях в компании;
10. Вопросы о вовлеченности и мотивации [3].

Опрос проводился внутри фирмы с использованием сервисов сбора данных (google формы) по шкале Лайкерта, которая представляет собой опросную шкалу, используемую для оценки взглядов, интересов и мнений респондентов. Это полезно для понимания того, что думают люди. Диапазоны масштабов можно интерпретировать как:

1 – Категорически не согласен

Такой ответ указывает на решительное несогласие с утверждением. Респондент считает, что это утверждение определенно не соответствует действительности или неточно.

2 - Не согласен

Этот ответ отражает общее несогласие с утверждением. Они не считают это утверждение правдивым и точным.

3 – Нейтрально/Ни согласен, ни не согласен

Такой ответ означает, что респондент нейтрально относится к утверждению, что может означать, что они не уверены или не имеют достаточно информации, чтобы оценить интерес.

4 - Согласен

Этот ответ выражает общее согласие с утверждением. Респондент считает, что утверждение верно или точно.

5 - Полностью согласен

Этот ответ указывает на полное согласие с утверждением. Респондент считает, что утверждение абсолютно верно или точно [4].

Таким образом в таблице 2 можно увидеть средние значения результатов опроса по 5-ти балльной шкале.

Таблица 2 – Результаты опроса удовлетворенности сотрудников по разделам

Наименование	Среднее значение
1. Вопросы о рабочей среде	4,54
2. Вопросы о возможности удаленной работы и гибком графике	4,14
3. Вопросы о руководстве и менеджменте	4,23
4. Вопросы о командной работе	4,17
5. Вопросы о профессиональном развитии	3,57
6. Вопросы о компенсации и льготах	4,14
7. Общие вопросы о лояльности и удовлетворенности	4,43
8. Вопросы о коммуникациях в компании	4,36
9. Вопросы о вовлеченности и мотивации	3,96
10. Вопросы о балансе между работой и личной жизнью	3,93

Анализ полученных данных показал, что сотрудники компании в целом удовлетворены условиями труда, коммуникациями в компании и уровнем лояльности. Средние значения по соответствующим блокам вопросов превышают 4 балла, что свидетельствует о согласии сотрудников с позитивными утверждениями.

Однако, опрос выявил ряд ключевых областей, требующих внимания. Средний балл по вопросам о профессиональном развитии составил 3,6, что указывает на нейтральное или амбивалентное отношение сотрудников к этой сфере. Это может свидетельствовать о том, что сотрудники заинтересованы в возможности профессионального роста, но считают, что текущая система обучения недостаточно эффективна. Необходимо разработать и внедрить более эффективную систему обучения и развития сотрудников. Она включает в себя:

1. Проведение всестороннего анализа существующей системы обучения с целью выявления ее слабых сторон.
2. Разработку индивидуальных планов обучения, учитывающих потребности каждого сотрудника, его профессиональные цели и актуальные требования рынка труда.
3. Внедрение формальной системы оценки эффективности обучения, предусматривающей получение обратной связи от сотрудников.
4. Обеспечение доступности онлайн-ресурсов, обучающих программ и вебинаров, релевантных для сферы деятельности каждого сотрудника.
5. Внедрение программы наставничества, в рамках которой опытные сотрудники могли бы делиться знаниями и навыками с новичками.

Средний балл по вопросам о вовлеченности и мотивации составил 3,96, что также ближе к нейтральному, чем к согласию. Необходимо проанализировать причины низкой мотивации и рассмотреть возможности ее повышения. Для повышения вовлеченности и мотивации сотрудников рекомендуется:

1. Проводить регулярные встречи с сотрудниками для сбора обратной связи, позволяющей получить информацию об их удовлетворенности работой, пожеланиях и предложениях по улучшению условий труда.
2. Создать систему регулярного сбора обратной связи, используя анкеты, индивидуальные беседы или другие форматы.
3. Ввести систему поощрения и признания за достижения, а также внедрить систему мотивации, основанную на индивидуальных и командных показателях.
4. Провести глубокий анализ факторов, влияющих на мотивацию сотрудников, и разработать меры для ее повышения.

Средний балл по вопросам о балансе между работой и личной жизнью составил 3,93, что ближе к нейтральному. Это может указывать на необходимость внедрения более гибких условий труда, например, возможности удаленной работы или гибкого графика. Для улучшения баланса между работой и личной жизнью сотрудников рекомендуется:

1. Рассмотреть возможность внедрения гибких условий труда, таких как частичная или полная удаленная работа, где это возможно.

2. Ввести гибкий график работы, предоставляя сотрудникам возможность самостоятельно планировать свое рабочее время.
3. Обеспечить доступ к программам по управлению временем и снижению стресса.
4. Предоставить доступ к услугам по уходу за детьми или родственниками, если такая потребность существует у сотрудников.

Важно отметить, что опрос был проведен среди ограниченного числа сотрудников, и полученные результаты могут не отражать мнение всего коллектива. Рекомендуется провести более масштабный опрос для получения более полной картины удовлетворенности сотрудников.

По результатам опроса были предложены рекомендации по развитию и мотивации персонала. Эффективное управление персоналом является одним из ключевых факторов экономического успеха ООО "Таратехпром". Внедрение предложенных рекомендаций по улучшению системы управления персоналом позволит повысить удовлетворенность сотрудников, увеличить производительность труда, снизить текучесть кадров, а в конечном итоге – улучшить экономические показатели компании.

Библиографический список

1. ООО "Таратехпром" / [Электронный ресурс] // Synapsenet. URL: <https://synapsenet.ru/organizacii/1114029001877-ooo-taratehprom> (дата обращения: 10.11.2024).
2. ООО "Таратехпром" / [Электронный ресурс] // Audit-IT. URL: https://www.audit-it.ru/contragent/1114029001877_ooo-taratekhprom?ysclid=m3q46odqv9480154865 (дата обращения: 11.11.2024).
3. Хабр. Статья о компании Testograf / [Электронный ресурс] // Habr. URL: <https://habr.com/ru/companies/testograf/articles/816291/> (дата обращения: 10.11.2024).
4. Шкале Лайкерта в исследованиях / [Электронный ресурс] // AhaSlides. URL: <https://ahaslides.com/ru/blog/likert-scale-in-research/> (дата обращения: 10.11.2024).

УДК 338.332

ПРИМЕНЕНИЕ ОСНОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ГРАМОТНОСТИ В ПРОДВИЖЕНИИ НОВОГО ТОВАРА НА РЫНКЕ

Кич А.В., бакалавр 4-го курса

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

Аннотация: В современном мире, где конкуренция достигает небывалых высот, успешное продвижение нового товара требует не только качественного продукта, но и продуманной маркетинговой стратегии. Эта статья исследует, как принципы предпринимательской грамотности могут стать ключом к успешному выходу товара на рынок. Автор делится практическим примером, демонстрирующим, как применение этих принципов в реальной ситуации может привести к успеху.

Ключевые слова: предпринимательская грамотность, предпринимательская компетентность, новый товар, продвижение нового товара.

APPLICATION OF THE BASICS OF ENTREPRENEURIAL LITERACY IN THE PROMOTION OF A NEW PRODUCT ON THE MARKET

Kich A.V. Bachelor of the 4th year

*Supervisor: Gubanova E.V., Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of Financial University, Kaluga*

Abstract: In today's world, where competition reaches unprecedented heights, the successful promotion of a new product requires not only a high-quality product, but also a well-thought-out marketing strategy. This article explores how the principles of entrepreneurial literacy can be the key to successfully bringing a product to market. The author shares a practical example demonstrating how the application of these principles in a real situation can lead to success.

Keywords: entrepreneurial literacy, entrepreneurial competence, new product, promotion of a new product.

В условиях современной конкурентной среды, успех бизнеса в значительной степени зависит от эффективного продвижения товара на рынке. Для достижения этой цели необходимо не только понимать основы маркетинга, но и владеть принципами предпринимательской грамотности.

Предпринимательская культура – это не просто набор навыков, а скорее образ мышления и действий, характерный для успешных предпринимателей. Эта культура включает в себя множество элементов, среди которых ключевую роль играет предпринимательская компетентность, определяющая профессионализм и эффективность в бизнесе.

Последние два десятилетия стали свидетелями большого количества диссертационных исследований, посвященных различным аспектам формирования предпринимательской компетентности в разных образовательных системах. Однако, несмотря на эти усилия, до сих пор нет единого, общепринятого определения понятия «предпринимательская компетентность».

Приведем трактовку термина «предпринимательская компетентность» разными авторами (таблица 1).

Таблица 1 – Трактовка термина «предпринимательская компетентность» разными авторами

Ю.А. Безруких	«Предпринимательской компетенцией понимает личное или деловое качество, навык, модель поведения, владение которым помогает успешно решать определенную бизнес-задачу и добиваться определенных результатов» [1].
И.М. Воронина и М.Ю. Хаустов	«Один из видов профессиональной компетентности, обеспечивающий направленность деятельности на достижение коммерческого результата при реализации различных проектов» [2, с.128].
В.С. Морозова	«Предпринимательскую компетентность как совокупность личных и деловых качеств, навыков, знаний, определенного рода модель поведения, владение которыми помогает успешно решать различные бизнес-задачи и достигать высоких результатов деятельности» [5, с.199].

Объединяя взгляды всех авторов, представленных выше, можно сформулировать единое понимание «предпринимательской компетентности». Она представляет собой не просто набор профессиональных навыков, а комплексный набор знаний, умений и личностных качеств, необходимых для достижения успеха в бизнесе.

Предпринимательская компетентность включает в себя способность эффективно управлять как ресурсами, так и рисками, а также инициативность в реализации инноваций и построении коммуникаций. Ключевыми компетенциями в сфере управления и продаж являются: стратегическое мышление, умение управлять ресурсами, организационные способности, гибкость в управлении изменениями и эффективные методы управления рисками.

Ключевыми элементами предпринимательской грамотности, играющими решающую роль в продвижении товара, включают в себя:

- Понимание целевой аудитории. Предпринимательская грамотность предполагает глубокое изучение потребностей, ценностей и поведения целевой аудитории, что позволяет создать эффективные маркетинговые кампании
- Анализ конкурентов. Необходимо изучить конкурентную среду, оценить сильные и слабые стороны конкурентов, чтобы разработать уникальное торговое предложение.
- Разработка уникального торгового предложения (УТП). УТП – это ключевое преимущество товара перед конкурентами, которое привлекает внимание покупателей.
- Выбор каналов продвижения. Предпринимательская грамотность помогает определить наиболее эффективные каналы продвижения товара, учитывая целевую аудиторию и конкурентную среду.
- Разработка маркетинговой стратегии. Грамотный предприниматель разрабатывает четкую маркетинговую стратегию, определяя цели продвижения, бюджет и сроки.
- Анализ результатов. Предпринимательская грамотность предполагает регулярный анализ эффективности маркетинговых кампаний и корректировку стратегии при необходимости.

Применим вышеописанные элементы предпринимательской грамотности для разработки и продвижения нового товара для российского сегмента рынка на примере ООО «АМ Точка».

ООО «АМ Точка» – это предприятие в области машиностроения, деятельность которого связана с изготовлением изделий из металла и других материалов по готовым чертежам на заказ. Основной вид деятельности по ОКВЭД: 28.99.9 Производство оборудования специального назначения, не включенного в другие группировки. Организационная структура предприятия является линейно-функциональной, а само предприятие насчитывает в штате 41 человека

Понимание целевой аудитории.

Проведя рыночный анализ, были выделены два главных признака деления рынка тюнинга оружия по сегментам. По географическому критерию сегментации наибольшее количество конечных потребителей прикладов проживает в Центральном, Северо-Западном и Южном Федеральном округах (41%). Внутренняя часть потребителей находится в Уральском Федеральном округе, составляющая 35%. На Сибирский Федеральный округ приходится 18% всех потребителей, остальные территории потребляют лишь 3% продукции (рисунок 1).

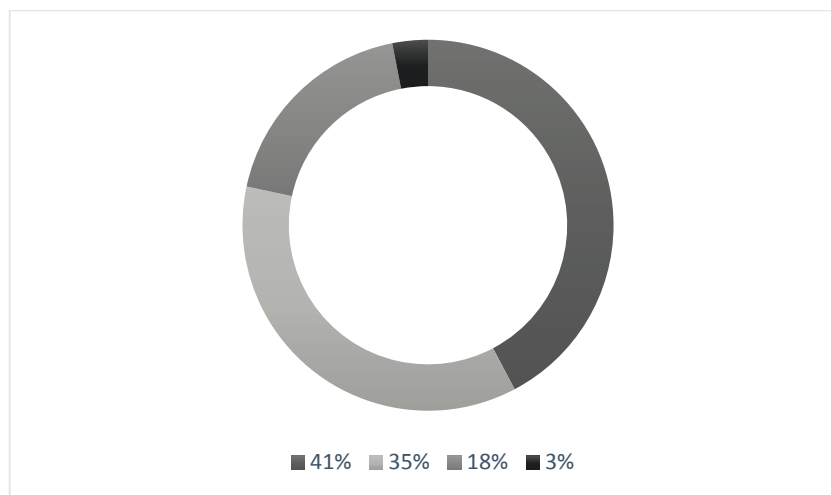


Рисунок 1. Разделение потребителей по географическому критерию сегментации

Вторым значимым критерием сегментации является психографический. Согласно ему, большинство конечных потребителей являются новаторами (63%), а остальные являются консерваторами (37%).

Таким образом, был составлен портрет целевой аудитории, основой которой являются мужчины от 25 до 60 лет, которые увлекаются охотой и/или страйкболом, а также служащие по контракту и мобилизованные граждане, находящиеся на СВО.

В целом, производство оружейного тюнинга, в частности прикладов, остается актуальным и востребованным сегментом рынка, обусловленным техническими инновациями, усилением внимания к безопасности и комфорту использования оружия, а также непосредственной обстановкой в мире.

Анализ конкурентов.

Проведя анализ указанного сегмента рынка, были выделены ключевые ближайшие и дальние конкуренты. Ближайшими являются:

- ООО «АвиаСпецПром», г. Калуга;
- ООО «Завод специзделий», г. Калуга;
- ООО «Магазин прикладов», г. Тула.

Дальними конкурентами являются:

- ООО «ПФ Левша», г. Ижевск;
- Мастерская Сергея Иванова, г. Саратов;
- АТ Компани, г. Казань.

Разработка уникального торгового предложения (УТП).

Уникальное торговое предложение – это новейшая модель приклада для автомата АК-74. Модель приклада разрабатывается инженерами компании ООО «АМ Точка». Для его разработки понадобилось довольно много времени и трудозатрат. Предложение является уникальным, поскольку данная модель приклада является очень эргономичной с точки зрения применения оружия. Необходимо отметить, что приклад в своем составе демонстрирует современные материалы, которые отличаются легкостью, прочностью, а также простотой в обработке с точки зрения производства (рисунок 2).

Важно постоянно анализировать результаты маркетинговых мероприятий и корректировать стратегию в зависимости от эффективности тех или иных мероприятий.

Таким образом, необходимо сделать вывод о том, что предпринимательская грамотность является ключевым фактором успешного продвижения товара на рынке. Изучение основ предпринимательской грамотности позволяет предпринимателям построить эффективные маркетинговые стратегии, увеличить спрос на свою продукцию и добиться успеха в бизнесе. Отметим, что предпринимательские компетенции необходимо постоянно развивать и совершенствовать, поскольку в современном изменяющемся мире происходит быстрое устаревание и обновление знаний. Для успешного функционирования проекта в дальнейшем необходимо производить постоянный мониторинг результатов, анализ эффективности и развивать гибкость в принятии решений, которые являются залогом достижения поставленных целей.

Библиографический список

- езруких Ю.А., Лобанова О.Б., Казакова Т.В., Пильчук М.Д., Цыганова А.С. Предпринимательские компетенции как инструмент достижения успеха. // Проблемы современного педагогического образования. № 51.
- оронина И.М., Хаустов М.Ю. Проблемы формирования профессионально-важных качеств и компетенций для развития предпринимательского потенциала студенческой молодежи // Власть и управление на Востоке России. 2014. №3 (68). С.128-134.
- ареева Л.И. Понятийно-категориальный аппарат проблемы развития предпринимательской грамотности // Культура и образование. Уфа: БГПУ имени М. Акмуллы, 2018. №18. С. 27-46.
- орозова В.С. Понятие и структура предпринимательской компетентности менеджера // Ярославский педагогический вестник. 2012. Т. 2. №2. С. 199-204.
- мирнова Е.Д., Губанова Е.В. Развитие финансовой грамотности предпринимателей. В сборнике: Социально-экономическое развитие регионов России: тенденции, проблемы, перспективы. Сборник научных трудов III Всероссийской научно-практической конференции. Волгоград, 2022. С. 307-311.

УДК 338

ЗАКОН ЯКОБА НИЛЬСЕНА КАК ИНСТРУМЕНТ, ПОВЫШАЮЩИЙ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ В УПРАВЛЕНИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИМ ОПЫТОМ

Нечаева А.М., бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Акименко В.А., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье рассматривается влияние эвристик Якоба Нильсена на разработку удобных интерфейсов для цифровых продуктов в сфере предпринимательства. Представлен анализ наиболее распространённых ошибок в веб-дизайне, препятствующих интуитивному использованию продуктов, и предложены рекомендации по их предотвращению. Подчёркивается важность применения принципов Нильсена для повышения эффективности взаимодействия с пользователями и конкурентоспособности цифровых решений.

Ключевые слова: закон Якоба Нильсена, удобство интерфейса, веб-дизайн, эвристики, пользовательский опыт

JACOB NIELSEN'S LAW AS A TOOL THAT INCREASES THE EFFICIENCY OF USING DIGITAL PLATFORMS IN MANAGING USER EXPERIENCE

Nechaeva A.M. bachelor's degree of the 4rd year

*Supervisor: V.A. Akimenko, Senior lecturer
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. This article examines the impact of Jakob Nielsen's heuristics on designing user-friendly interfaces for digital products in the field of entrepreneurship. An analysis of common web design errors that hinder intuitive product use is presented, along with recommendations for their prevention. The importance of applying Nielsen's principles to enhance user interaction efficiency and digital solution competitiveness is emphasized.

Keywords: Jakob Nielsen's law, interface usability, web design, heuristics, user experience

В последние годы цифровизация охватила практически все сферы деятельности, и предпринимательство не стало исключением. Современные предприниматели используют множество цифровых продуктов и платформ, таких как социальные сети, онлайн-магазины, стриминговые сервисы, облачные хранилища данных, мобильные приложения, CRM-системы и др. Все эти решения помогают бизнесу эффективнее управлять процессами, анализировать их, улучшать взаимодействие с клиентами и пользователями, а также оптимизировать свои ресурсы.

Тем не менее, несмотря на высокий спрос на цифровые инструменты, их эффективное использование во многом зависит от удобства интерфейсов и качества взаимодействия пользователей с продуктом. Исследования показывают, что сложные и запутанные интерфейсы часто снижают производительность и увеличивают когнитивную нагрузку на пользователя. В результате предприниматели сталкиваются с трудностями в их использовании, что может замедлять развитие бизнеса и снижать уровень вовлеченности.

Бизнес-аудитория, в отличие от рядовых пользователей, чаще сталкивается с необходимостью быстрой обработки больших объемов информации, аналитических данных и управления множеством процессов в условиях ограниченного времени.

Прежде чем рассмотреть принципы, которые стали известны как законы Нильсена, важно понять личность и вклад их автора в развитие теории пользовательского интерфейса. Якоб Нильсен – выдающийся датский ученый, исследователь, эксперт в области юзабилити и цифрового взаимодействия, чьи труды заложили основы современного подхода к проектированию удобных интерфейсов. Нильсен окончил Технический университет Дании, а позже защитил докторскую степень в области взаимодействия человека с компьютером. Начав свою карьеру в крупных технологических компаниях, таких как IBM и Bellcore, он внес значительный вклад в развитие интерфейсов, работая в компании Sun Microsystems и исследуя способы улучшения взаимодействия пользователей с компьютерными системами. В 1998 году Нильсен основал Nielsen Norman Group, где совместно с Дональдом Норманом развивал практические подходы к улучшению пользовательского опыта [3]. Якоб Нильсен и его команда провели множество часов в Интернете, изучая особенности различных сайтов и анализируя мнения пользователей о комфортности их использования. Результаты этих наблюдений были изложены в книге «Web-дизайн: удобство использования Web-сайтов» [1]. Каким образом исследователи пришли к своим выводам? Помимо стандартных опросов, которые часто подвержены субъективности, они применяли современные технологии, позволяющие получить точные и объективные данные. Своими подходами и методами авторы поделились в издании «Веб-дизайн: анализ удобства использования веб-сайтов по движению глаз» [2].

Нильсен стал известен благодаря своему прагматичному подходу, основанному на убеждении, что эффективность интерфейсов зависит от их простоты, понятности и соответствия потребностям пользователя. На основе своих исследований он разработал принципы, известные как «закон Нильсена», которые стали основой для разработки удобных и функциональных интерфейсов. Принципы Нильсена включают минимизацию когнитивной нагрузки на пользователя, понятность интерфейса и легкость освоения продукта. Эти законы особенно актуальны при разработке приложения, сайта для бизнеса, где пользователям требуется быстрое и интуитивное взаимодействие с интерфейсом для достижения своих целей. Закон Якоба Нильсена утверждает, что пользователям удобнее работать с сайтами и приложениями, которые соответствуют их привычному опыту. Иными словами, интерфейс должен быть спроектирован так, чтобы соответствовать ожиданиям, которые сформировались у пользователей на основе их предыдущего взаимодействия с цифровыми продуктами.

Якоб Нильсен опубликовал множество работ, которые популяризируют его подходы и методологию. Одной из ключевых публикаций стала статья «10 Usability Heuristics for User Interface Design» («10 эвристик удобства для проектирования пользовательских интерфейсов») [5]. Эта статья помогает лучше разобраться в принципах, лежащих в основе закона Нильсена, и понять, как они работают на практике. Термин «эвристика» применяется для обозначения области научных знаний, изучающей особенности творческой деятельности и её методы. Также под этим понятием понимают совокупность методов и подходов, которые помогают упростить и ускорить поиск решений различных задач – от практических до познавательных и конструктивных. Поэтому, когда речь идёт о «10 эвристиках юзабилити для дизайна пользовательского интерфейса», имеются в виду 10 ключевых принципов, направленных на повышение удобства и понятности интерфейса для пользователей. Далее мы кратко рассмотрим каждый из этих принципов и приведём конкретные примеры их применения.

1. Видимость состояния системы. Интерфейс должен своевременно и понятно информировать пользователей о текущем состоянии и происходящих процессах, обеспечивая прозрачность взаимодействия с системой. Это необходимо для создания ощущения контроля, которое способствует уверенному и безопасному взаимодействию с системой. Например, при оформлении заказа в приложениях пользователи видят такие статусы, как «Заказ принят», «На сборке продавцом», «Доставлен в пункт выдачи» и другие. Эти статусы позволяют пользователю понимать, на каком этапе находится заказ и что происходит в данный момент. Аналогичным образом, если возникает ошибка или процесс ещё не завершён, интерфейс должен чётко отображать текущее состояние и пояснять ситуацию, подтверждая, что система работает в нормальном режиме. Поэтому, предпринимателям для соблюдения принципа видимости состояния системы при запуске бизнеса нужно не допускать таких ошибок как отсутствие обратной связи, то есть если пользователь не видит никаких уведомлений о статусе своего запроса или заказа, это вызывает неуверенность и снижает доверие к бизнесу.

2. Соответствие ожиданиям пользователя. Дизайн должен быть понятен пользователям и использовать их привычные ассоциации и образы. Чтобы облегчить взаимодействие с интерфейсом, его элементы должны перекликаться с уже знакомыми пользователю образами и принципами, что способствует интуитивному восприятию. Каждый новый интерфейс воспринимается через призму ментальной модели, то есть предполагаемого пользователем представления о том, как должна работать система, на основе предыдущего опыта. Использование понятного и знакомого языка помогает упростить взаимодействие с системой. Концепция скевоморфизма наглядно иллюстрирует эту эвристику: дизайнеры стремились создавать элементы интерфейса, максимально похожие на реальные объекты, чтобы вызвать у пользователей нужные ассоциации. Несмотря на то, что скевоморфизм практически вышел из моды, его идея – объяснять новое через уже известное – по-прежнему актуальна. Например, символ лупы ассоциируется с функцией поиска, а изображение корзины на сайте указывает на раздел с товарами, выбранными для покупки.

3. Пользовательский контроль и свобода. Пользователи часто совершают случайные действия, поэтому необходимо наличие четкого механизма отмены и корректировки. Возможность легко выйти из процесса или отменить ошибочное действие способствует укреплению чувства свободы и уверенности у пользователя. Например, в ситуациях, связанных с непреднамеренным удалением важных данных или случайной публикацией текста с ошибками, система должна предоставлять понятный способ быстрого исправления. В качестве примера можно привести мессенджер Telegram, где при удалении чата предоставляется возможность отменить действие в течение нескольких секунд. В то же время в приложении доставки «Самокат» легко случайно удалить товар из корзины во время пролистывания, но нет функции возврата, что вынуждает пользователя вспоминать и заново искать удалённый товар.

4. Последовательность и стандарты. Интерфейс должен обеспечивать единообразие в использовании терминов, визуальных элементов и взаимодействий для обозначения одних и тех же понятий или действий. Эта эвристика направлена на поддержание согласованности в пределах одного интерфейса. Проще говоря, если для заголовков выбран определённый размер шрифта или для кнопок установлен конкретный цвет, эти параметры должны сохраняться во всём интерфейсе. Согласованность также распространяется на цветовое кодирование: если, например, основные кнопки имеют синий цвет, а второстепенные – голубой, это разграничение должно применяться во всей системе. Кнопки, связанные с «опасными» действиями (такими как удаление или выход из всех аккаунтов), как правило, окрашены в красный цвет. Для обеспечения такой согласованности разрабатываются дизайн-системы и руководства. Любое отклонение от привычных шаблонов увеличивает когнитивную нагрузку на пользователя, что снижает удобство работы с интерфейсом.

5. Узнаваемость и напоминание. Кратковременная память человека ограничена, и интерфейсы, поддерживающие узнавание вместо запоминания, снижают когнитивную нагрузку на пользователя. Продуманный дизайн должен помогать пользователю ориентироваться интуитивно, без лишних усилий. Интерфейс следует строить таким образом, чтобы пользователю не приходилось запоминать информацию из одной области интерфейса для использования в другой. Необходимая информация (например, элементы меню или параметры действий) должна быть видимой или легкодоступной. Чтобы снизить когнитивную нагрузку, полезно размещать названия полей ввода рядом с самими полями, а не внутри них, поскольку при заполнении большого количества полей пользователь может забыть их значение. Вместо открытых вопросов лучше предлагать варианты ответов, если это уместно. В оптимизированных интерфейсах ключевая

информация для пользователя представлена в одном месте и доступна сразу. Например, в банковских приложениях баланс обновляется автоматически, а в маркетплейсах сроки доставки отображаются рядом с товаром в карточке. В приложении маркетплейса Wildberries информация о доставке видна сразу на карточке товара, тогда как в приложении «Золотое Яблоко» признак товаров с экспресс-доставкой не отображается на карточке при поиске, что требует дополнительных действий для проверки срока доставки.

6. Предотвращение ошибок. Эффективные сообщения об ошибках, безусловно, важны, однако в идеальном дизайне проблемы предотвращаются ещё на этапе взаимодействия. В интерфейсах рекомендуется использовать ограничения, которые исключают возможность ввода некорректных данных – например, если ожидается ввод чисел, недопустимо разрешать ввод букв. Также можно предложить наиболее вероятные варианты выбора, что упрощает процесс для пользователя (например, при использовании поиска), или предусмотреть подтверждение перед выполнением критичных действий. В качестве примера можно привести приложение «Т-Банк»: при вводе данных, ожидающих числового формата, интерфейс автоматически предоставляет цифровую клавиатуру, а при вводе текста – стандартную клавиатуру с буквами.

7. Гибкость использования. Пользователи обладают разными потребностями и навыками, и гибкость интерфейса помогает удовлетворить эти различия, предоставляя несколько способов выполнения одной и той же функции. Одним пользователям удобнее закрывать окно нажатием на крестик, другим – кликом по пустому месту или нажатием клавиши Esc, чтобы сэкономить время. Дизайн, который позволяет выбирать собственный способ взаимодействия, способствует комфортному пользовательскому опыту. Для действий, которые выполняются чаще всего, желательно обеспечить быстрый доступ или автоматизировать их. Например, в чате с продавцом на платформе «Авито» предлагаются готовые шаблоны ответов, что позволяет пользователям быстро отправлять сообщения, а также формулировать индивидуальные запросы при необходимости.

8. Минимализм в дизайне. Интерфейсы должны содержать только актуальную и востребованную информацию, поскольку каждая избыточная единица информации снижает заметность и значимость ключевых элементов. Минимализм не только соответствует современным тенденциям, но и является устойчивым подходом, направленным на представление только тех элементов, которые действительно важны для выполнения задачи. Избыточные детали, лишние функции, множество иконок или рекламных баннеров перегружают интерфейс, отвлекая внимание пользователя и усложняя достижение цели. Небольшое количество функций не свидетельствует о слабости приложения; напротив, оно может повысить его удобство. Примером излишней перегруженности служит личный кабинет приложения Ozon, где вместе представлены различные функции, такие как события, рассрочка, баллы за покупки, банковские предложения и недавно просмотренные товары. В нижней части добавлено много кнопок, а в верхней «Избранное» почему-то находится в одном ряду с отзывами, премиум-подпиской и разделом «Туризм».

9. Помощь пользователям. Сообщения об ошибках должны быть написаны понятным языком, без использования кодов ошибок, с чётким указанием проблемы и предложением возможного решения. Каждое сообщение об ошибке должно быть максимально информативным и конкретным. Неприемлемы расплывчатые формулировки вроде «что-то пошло не так» или сообщения вида «Ошибка класса 372», не предоставляющие никакой информации о сути проблемы. Описывайте возникшую ситуацию доступным языком, предлагая пользователю пошаговый план действий или возможность обратиться в службу поддержки для более детального решения проблемы. Кроме того, сообщения об ошибках должны быть вежливыми и не содержать формулировок, которые могут быть восприняты как обвинение пользователя или намёк на его некомпетентность.

10. Справочная информация. Идеальная система проектируется таким образом, чтобы пользователям не требовались дополнительные разъяснения. Тем не менее в некоторых случаях может потребоваться предоставить документацию, которая поможет в выполнении задач. Пользователю всегда должен быть предоставлен доступ к дополнительной информации — будь то ответ на вопрос, чат со службой поддержки или справочная информация. Важно, чтобы такие материалы были представлены на доступном и понятном языке, исключая возможность возникновения новых вопросов или сложностей. Например, в приложении «Золотого Яблока» всегда доступна служба поддержки, готовая ответить на вопросы, связанные с товарами, заказом или особенностями работы приложения.

В работе «Топ-10 ошибок в веб-дизайне» Якоб Нильсен выделил ключевые проблемы, мешающие пользователям эффективно взаимодействовать с цифровыми продуктами [4]. Хотя эти ошибки кажутся очевидными, они продолжают встречаться в проектах. Приведём основные из них с краткими пояснениями.

1) Проблемный поиск – сложность в поиске нужной информации, нерелевантные результаты или избыток информации (например, руководство на 150 страниц вместо краткого ответа).

2) PDF для онлайн-просмотра – документы в формате PDF не адаптированы для экранного чтения, неудобны для навигации и имеют неподходящий размер шрифта.

3) Неизменные цвета просмотренных ссылок –затрудняют навигацию по насыщенным контентом сайтам, усложняя ориентирование пользователя.

4) Нечитабельный текст – отсутствие структуры, длинные абзацы и избыток сложных терминов затрудняют восприятие.

5) Фиксированный размер шрифта – ограничивает возможности адаптации для пользователей с ослабленным зрением.

6) Элементы, похожие на рекламу – если важные разделы интерфейса напоминают рекламу, пользователи часто их игнорируют.

7) Автоматическое открытие новых окон – навязчиво, может быть воспринято как реклама; такие элементы, как чат, лучше отображать с задержкой.

8) Отсутствие ответов на важные вопросы – когда невозможно найти информацию с помощью поиска, справочных материалов или интерфейса.

9) Нарушение привычных шаблонов дизайна – перемещённые меню и кнопки усложняют навигацию, приводя к разочарованию пользователей.

10) Неоптимизированные заголовки страниц – неконкретные заголовки затрудняют поиск, и ценные данные могут не попасть к целевой аудитории.

Эти принципы Нильсена остаются актуальными и служат ориентиром для создания интуитивно понятных интерфейсов, обеспечивая пользователям удобство и ясность при использовании цифровых продуктов.

Таким образом, законы Якоба Нильсена представляет собой основу для создания удобных, доступных и эффективных цифровых продуктов, что особенно актуально в сфере предпринимательства, где удобство использования интерфейсов напрямую влияет на удовлетворённость и лояльность клиентов, а также на эффективность бизнес-процессов. Принципы Нильсена – такие как простота, предсказуемость, пользовательский контроль и согласованность – помогают избежать распространённых ошибок в дизайне, снижая когнитивную нагрузку и делая взаимодействие с цифровыми продуктами интуитивно понятным. В будущем исследование и развитие принципов Нильсена могут быть дополнены интеграцией современных технологий, таких как искусственный интеллект и машинное обучение, что позволит создавать ещё более персонализированные и интеллектуальные интерфейсы. Применение этих технологий в сочетании с принципами Нильсена может способствовать улучшению пользовательского опыта, например, за счёт адаптивных интерфейсов, которые предугадывают потребности пользователя, или автоматизированных подсказок и рекомендаций. Эти направления открывают широкие возможности для дальнейшего совершенствования цифровых продуктов, делая их ещё более удобными и ориентированными на пользователя, что положительно скажется на предпринимательской эффективности и конкурентоспособности.

Библиографический список

1. Нильсен Я., Лоранжер Х. Web-дизайн: удобство использования Web-сайтов [Текст] / Якоб Нильсен, Хоа Лоранжер Пер. с англ. М. : ООО “И.Д. Вильямс”, 2009. 368 с.

2. Нильсен Я., Перниче К. Веб-дизайн. Анализ удобства использования веб-сайтов по движению глаз [Текст] / Якоб Нильсен, Кара Перниче ; [пер. с англ. и ред. И. В. Берштейна]. Москва [и др.] : Вильямс, 2010. 469 с.

3. Нильсен Якоб - Рувики: Интернет-энциклопедия / [Электронный ресурс] // Рувики : [сайт]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Нильсен,_Якоб (дата обращения: 14.11.2024).

4. Топ-10 ошибок в веб-дизайне / [Электронный ресурс] // NN/g : [сайт]. URL: <https://www.nngroup.com/articles/top-10-mistakes-web-design/> (дата обращения: 14.11.2024).

УДК 330

АНАЛИЗ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СО СТЕЙКХОЛДЕРАМИ В РАМКАХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Пономарева А.П., бакалавр 4-го курса

Научный руководитель: Акименко В.А., старший преподаватель

Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация. В работе исследуется понятие стейкхолдеров и их роль в процессе управления проектами и компаниями. Рассматриваются категории стейкхолдеров – внутренние и внешние, а также ключевые стейкхолдеры, оказывающие наибольшее влияние на проекты. Основное внимание уделяется управлению взаимоотношениями с заинтересованными сторонами, методам их идентификации и анализа интересов, а также формированию эффективных стратегий взаимодействия. Статья содержит примеры ошибок при взаимодействии со стейкхолдерами и алгоритм организации процесса их управления, что может быть полезно для проектных менеджеров и руководителей.

Ключевые слова: стейкхолдеры, управление проектами, заинтересованные стороны, категории стейкхолдеров, стратегия взаимодействия.

CONCEPT, CLASSIFICATION AND MANAGEMENT OF RELATIONS WITH STAKEHOLDERS

Ponomareva A.P. bachelor's of the 4th year

Supervisor: Akimenko V.A., senior lecturer

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The paper examines the concept of stakeholders and their role in the process of managing projects and companies. The categories of stakeholders are considered - internal and external, as well as key stakeholders that have the greatest influence on projects. The main attention is paid to managing relationships with stakeholders, methods of identifying them and analyzing their interests, as well as forming effective interaction strategies. The article contains examples of errors in interacting with stakeholders and an algorithm for organizing the process of managing them, which can be useful for project managers and executives.

Keywords: stakeholders, project management, interested parties, stakeholder categories, interaction strategy.

Если окунуться в историю, «stakeholder» - человек, принимающий ставки в процессе азартных игр, однако после так стали называть лицо, которое руководит каким-то процессом и/или получает от него определенную выгоду.

Эдуард Фриман в 1994 году предложил общеизвестное понятие «стейкхолдер». В его трактовке стейкхолдеры – это «любые индивидуумы, группы или организации, существенно влияющие на принимаемые фирмой решения и/или оказывающиеся под воздействием этих решений». Если упростить данное определение, то стейкхолдер – это лицо, заинтересованное в компании, продукте, проекте или влияющее на него. Стейкхолдером можем выступать кто угодно: люди, компании, государство, потребители, заказчики, акционеры и инвесторы, местные сообщества, некоммерческие организации и иные [1].

В деятельности любой организации важно управлять взаимоотношениями со стейкхолдерами, обычно за это отвечают менеджеры компаний. Однако, стоит отметить, что на практике со стейкхолдерами взаимодействуют большинство работников компании, и поэтому важно уметь с ними контактировать и выстраивать отношения. Управлять стейкхолдерами и взаимоотношениями с ними значит учитывать их интересы и потребности, что необходимо любому менеджеру и компании для грамотного распределения ресурсов, снижения рисков, расставления приоритетов, совершенствования продуктов и услуг и так далее. Если смотреть на вопрос с практической точки зрения, то можно привести следующие примеры неграмотного взаимодействия со стейкхолдерами:

при разработке продукта был сделан фокус на одной группе потребителей, что привело к отсутствию возможности пользования продуктом другой группой. Вследствие появляется необходимость инвестировать средства в доработку продукта и повышению стоимости проекта по данному продукту в целом.

ри взаимодействии со стейкхолдерами может возникнуть проблема несовпадения требований к продукту и трансляции этих требований представителем, что происходит при участии одного человека во взаимодействии с ними. Вследствие этого приходится возвращаться на прежние этапы разработки, что увеличивает сроки.

ри разработке продукта или услуги случается такое, что не учитываются интересы пользователя как стейкхолдера, вследствие чего на свет выходит продукт, на котором не получится заработать

Однако, прежде чем выстраивать методики взаимодействия со стейкхолдерами, стоит определить, какие стейкхолдеры существуют. В теории проектного менеджмента выделяют следующие группы стейкхолдеров: внутренние и внешние.

Внутренние стейкхолдеры – это все, кто находится в компании: руководители, работники, владельцы, акционеры и инвесторы. Последние заинтересованы в получении прибыли, в то время как первые ответственны за разработку продукта или услуги.

Внешние стейкхолдеры – все те, кто заинтересован в результате проекта или влияет на него. Это государственные органы, клиенты и покупатели, конкуренты, поставщики и прочие.

Ключевые стейкхолдеры – это стейкхолдеры с высокой степенью влияния на проект и высокой заинтересованностью в нем. Ими чаще всего являются заказчики (если не забывать про различия в специфике деятельности компании), пользователи, команда разработки. Чаще всего именно они их потребности или желание, являются инициаторами различных проектов, однако забывать о других заинтересованных сторонах будет ошибкой, поскольку банально нецелесообразно при разработке продукта не ориентироваться на требования государства к нему [2].

Для обеспечения эффективного управления стейкхолдерами, для начала следует определить, кто к ним относится, какие у них потребности, интересы, как они могут повлиять на деятельность компании или ход конкретного проекта. Выявляют стейкхолдеров, соответственно, еще на этапе планирования, когда менеджер анализирует проект и требования к нему и определяет группы заинтересованных сторон.

Для выявления потребностей стейкхолдеров и определения их приоритетности чаще всего используется интервью, а если личный контакт невозможен – прибегают к иным методам, например, мозговому штурму и проводят опросы.

Приоритеты стейкхолдеров оцениваются по трем критериям:

ласть.

егитимность.

езотлагательность.

Суть власти заключается в понимании того, может ли заинтересованная сторона управлять ресурсами, мнением общества и финансовыми потоками, суть легитимности – в том, есть ли интерес в корректности и законности проекта, а безотлагательности – в том, можно ли будет выполнить требования конкретного стейкхолдера позже или же в иной форме, чем он требует.

Наибольшим приоритетом обладают легитимные стейкхолдеры, так как у них есть требования, которые нельзя не учесть.

Далее, когда информация о заинтересованных сторонах собрана, менеджеру необходимо составить карту, таблицу или матрицу стейкхолдеров. Это нужно для того, чтобы визуально определить, для каких стейкхолдеров необходимо максимизировать внимание, а с какими можно взаимодействовать чуть меньше. Пример такого инструмента приведен в таблице 1 [3].

Таблица 1 – Шаблон таблицы стейкхолдеров

Стейкхолдеры	Влияние на проект	Интересы в проекте
Руководитель проекта	Высокое	Высокий
Заказчик	Высокое	Высокий
Пользователи	Высокое	Низкий
Финансовые инвесторы	Высокое	Низкий
Партнеры	Среднее	Высокий
Команда проекта	Среднее	Средний
Государственные органы	Среднее	Низкий
Конкуренты	Низкое	Высокий

Общественность	Низкое	Средний
СМИ	Низкое	Низкий

Однако на этом выявление стейкхолдеров не заканчивается – на протяжении всей деятельности компании и/или ведения проекта необходимо также проводить данный анализ. Необходимость в этом обусловлена меняющимися внешними условиями, возможностями и ограничениями. Если повторять интервью, мозговой штурм, направленные на определение групп заинтересованных сторон, то шансы создать более рентабельный продукт за вложение меньше количества ресурсов выше в несколько раз.

Считается, что самое важное при управлении стейкхолдерами – активное взаимодействие с ними: запрос обратной связи, обсуждение рисков и возможностей, в целом доклад об обстановке и продвижениях. Однако, нужно понимать, как это делать правильно. Для этого есть условный алгоритм:

идентификация – определение всех возможных стейкхолдеров.

анализ влияния каждого стейкхолдера, их потребности, приоритеты, заинтересованность, о чем уже было указано выше.

определение форматов взаимодействия, предпочитаемых каждой группой заинтересованных сторон: кто-то предпочтет официальную переписку, другие же могут рассматривать только личную встречу в различных ее форматах.

разработка стратегии взаимодействия, которая заключается в определении того, с кем, когда и в каком формате необходимо общаться [3].

От того, насколько тот или иной стейкхолдер заинтересован в проекте и как он может на него повлиять, будет зависеть стратегия взаимодействия:

низкое влияние и низкая заинтересованность – информирование;

низкое влияние и высокая заинтересованность – вовлечение в процессы;

высокое влияние и низкая заинтересованности – отчет о статусе работ и об изменениях;

высокое влияние и высокая заинтересованность – ключевые стейкхолдеры, с ними происходит самая активная и тесная коммуникация в различных формах проявления [1].

Взаимодействие со стейкхолдерами связано с общением, поэтому важно помнить, что, во-первых, любая деятельность предполагает в себе наличие конфликтов, которые нужно решать, во-вторых, необходимо удовлетворять желания конечного потребителя, но ими можно управлять исходя из возможностей компании. В-третьих, любые изменения нужно отслеживать, фиксировать и уведомлять о них, а в-четвертых, результаты работ нужно документировать и отслеживать их эффективность. Об эффективности также стоит информировать стейкхолдеров, как и о текущем положении дел, рисках.

Эффективное управление стейкхолдерами – неотъемлемая часть успешной реализации проектов и развития компаний. Комплексный подход, включающий определение стейкхолдеров, выявление их потребностей и формирование стратегии взаимодействия, позволяет компаниям снизить риски, эффективно распределять ресурсы и повышать конкурентоспособность на рынке. Систематический анализ стейкхолдеров, регулярное получение обратной связи и адаптация стратегии взаимодействия под изменяющиеся условия обеспечивают более стабильное и устойчивое развитие бизнеса.

Библиографический список

Алексанов Д.С. Управление проектами в АПК : учебник для вузов / Д.С. Алексанов, В.М. Кошелев, Н.В. Чекмарева. Москва : Издательство Юрайт, 2024. 193 с.

Поляков Н.А. Управление инновационными проектами : учебник и практикум для вузов / Н.А. Поляков, О.В. Мотовилов, Н.В. Лукашов. 2-е изд., испр. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2024. 384 с.

3. Тихомирова О.Г. Управление проектами: практикум: учебное пособие / О.Г. Тихомирова. Москва: ИНФРА-М, 2023. – 273 с.

РОЛЬ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА В ФОРМИРОВАНИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ГРАМОТНОСТИ У ПОДРОСТКОВ

Савельева Е.Н., бакалавр 2-го курса,

Тарасова А.А., бакалавр 2-го курса,

*Научный руководитель: Никитина Е.А., к.э.н., доцент, доцент кафедры «Экономика и менеджмент»
Тульский филиал Финуниверситета, Тула*

Аннотация. Статья исследует роль семейного бизнеса в формировании предпринимательской грамотности у подростков, подчеркивая важность практического опыта и участия в бизнес-процессах для развития ключевых предпринимательских навыков. Семейный бизнес становится уникальной образовательной средой, где подростки могут осваивать навыки финансового и управленческого планирования, принимать участие в принятии решений и учиться работать с рисками. В статье рассматриваются как положительные, так и возможные проблемные аспекты вовлечения подростков в семейное дело, включая влияние семейных конфликтов, необходимость балансирования между обязанностями и личной жизнью, а также проблемы с мотивацией. Также акцентируется внимание на роли родителей как наставников, которые помогают подросткам развивать уверенность, лидерские качества и предприимчивость. Примеры успешных семейных компаний, в которых подростки активно участвовали в бизнесе и развивали свои предпринимательские навыки, подтверждают значимость этого подхода для личностного и профессионального роста.

Ключевые слова. Семейный бизнес, предпринимательство, подростки, финансовая грамотность, планирование, навыки, профессиональный рост, конфликты.

THE ROLE OF FAMILY BUSINESS IN DEVELOPING ENTREPRENEURIAL LITERACY IN TEENAGERS

Savelyeva E.N. bachelor's degree of the 2nd year,

Tarasova A.A. bachelor's degree of the 2nd year,

Supervisor: E.A. Nikitina, Candidate of Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Management, Tula Branch of Finance, Tula

Abstract. The article explores the role of family business in developing entrepreneurial literacy in adolescents, emphasizing the importance of practical experience and participation in business processes for developing key entrepreneurial skills. Family business becomes a unique educational environment where adolescents can master financial and management planning skills, participate in decision-making and learn to work with risks. The article considers both positive and potentially problematic aspects of adolescent involvement in family business, including the impact of family conflicts, the need to balance responsibilities and personal life, as well as problems with motivation. Also, attention is focused on the role of parents as mentors who help adolescents develop confidence, leadership skills and entrepreneurship. Examples of successful family companies in which adolescents actively participated in business and developed their entrepreneurial skills confirm the importance of this approach for personal and professional growth.

Key words: Family business, entrepreneurship, teenagers, financial literacy, planning, skills, professional growth, conflicts.

В развитых странах мира средний и крупный бизнес активно осваивает многие рыночные ниши, а семейные предприятия играют важную роль в условиях перехода к рыночной экономике. По своей сути семейные предприятия являются фундаментальной основой формирования и развития малого бизнеса, что в основном и определяет важную социальную роль такого вида предпринимательства.

Предпринимательская грамотность – это совокупность знаний, навыков и компетенций, необходимых для успешного ведения бизнеса, принятия обоснованных решений и управления ресурсами. Она включает в себя финансовую грамотность, умение разрабатывать стратегии, оценивать риски и возможности, а также способность адаптироваться к изменениям внешней среды.

В современном обществе предпринимательская грамотность играет ключевую роль, так как способствует развитию инновационных и конкурентоспособных бизнесов, стимулирует экономический рост и создает новые рабочие места. Она важна не только для будущих предпринимателей, но и для каждого человека, поскольку помогает эффективно управлять личными финансами, решать проблемы и достигать целей в условиях неопределенности и динамичных изменений [1].

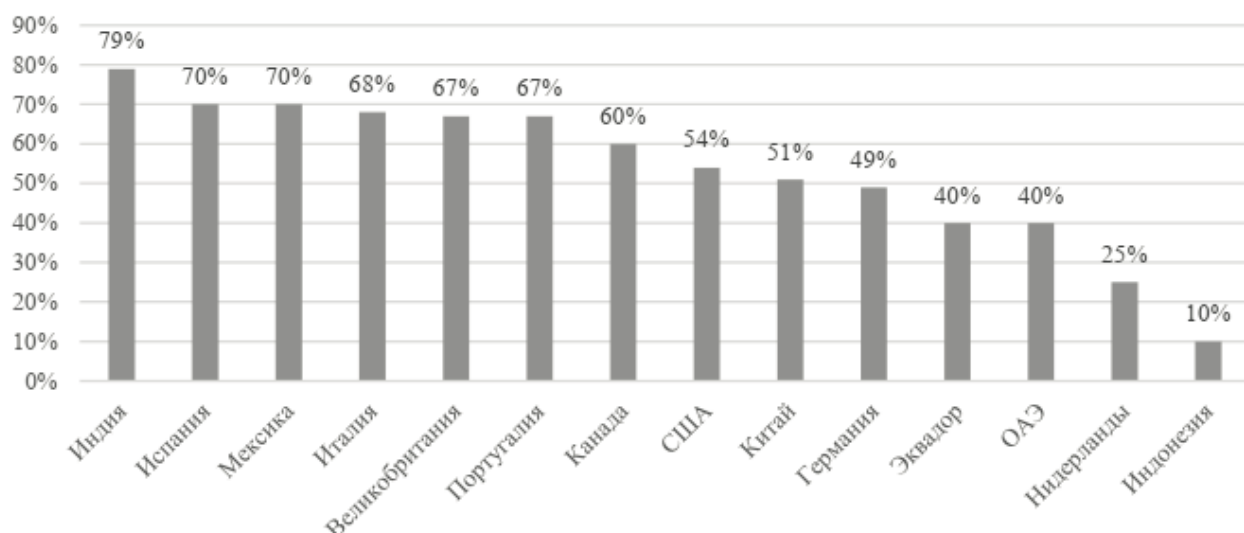


Рисунок 1. Доля ВВП, произведенного семейными компаниями в национальном ВВП различных стран [6].

Семейное предпринимательство занимает большую долю в экономике, поэтому сильно влияет на грамотность подростков. Семейный бизнес в России включает подавляющее большинство (до 74%) частных предприятий микро-, малого, среднего бизнеса, а также индивидуального предпринимательства [6]. По данным Deloitte, в России преобладают молодые семейные бизнесы: 73% из них работают менее 20 лет и управляются основателями или их детьми. Большинство из них также относится к сегменту малого бизнеса: 52% имеют оборот до 500 миллионов рублей.

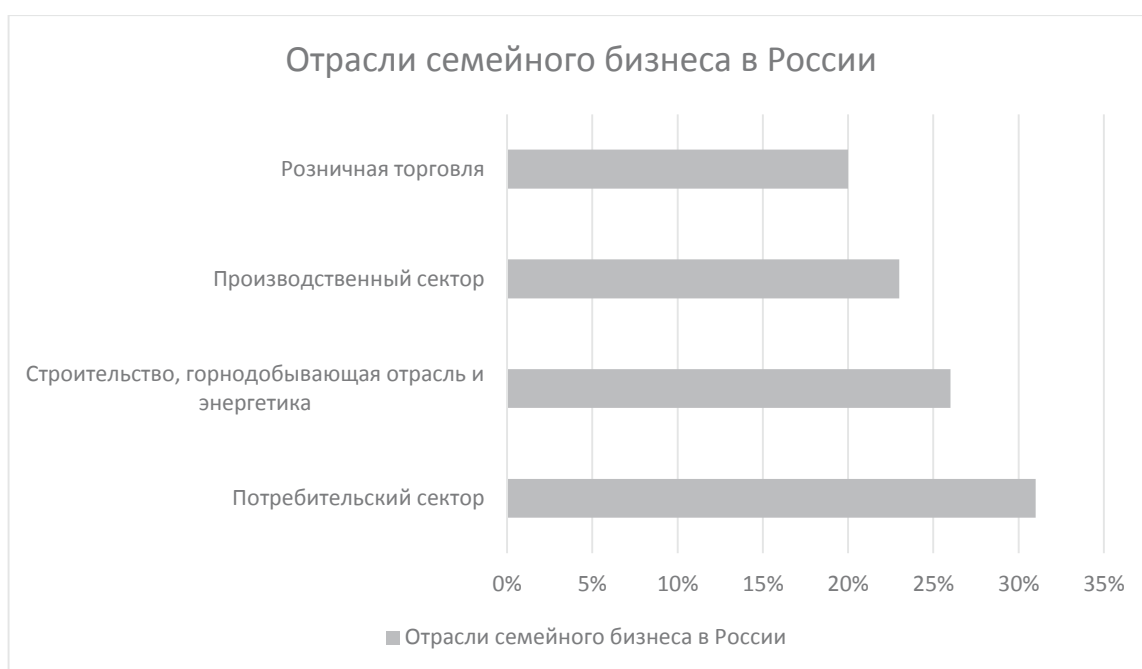


Рисунок 2. Отрасли семейного бизнеса в России [2].

Семейное предпринимательство позволяет сочетать предпринимательскую деятельность с домашним трудом и воспитанием детей, привлекать к производственной деятельности трудовые ресурсы, мало используемые другими категориями работодателей: детей, пожилых членов семьи, инвалидов. Тем самым оно создает экономические скрепы семей, способствует их укреплению, обеспечивает рост семейных доходов. Создаются условия для успешной социализации детей и формирования у них понимания рыночной экономики. Заинтересованность в расширении и укреплении семейного бизнеса способствует повышению рождаемости. Семейные предприятия

основаны на заинтересованности родственников в результатах своего труда. Имеется возможность обучать, передавать производственные секреты и передавать свое дело детям, т.е. обеспечивать преемственность поколений.

Участие подростков в семейном бизнесе предоставляет уникальные возможности для развития важнейших жизненных и профессиональных навыков. Во-первых, это шанс освоить ключевые компетенции, такие как ответственность, лидерство и способность принимать решения. Будучи частью бизнеса, подростки учат себя планировать, контролировать процессы и брать на себя ответственность за результаты своих действий. Эти навыки являются основой для успешного ведения любого дела и остаются полезными вне зависимости от того, решит ли подросток продолжить заниматься предпринимательством или выберет другую профессию [4].

Кроме того, участие в семейном бизнесе оказывает значительное влияние на личностный рост подростков. Они сталкиваются с реальными задачами и вызовами, что помогает им развивать уверенность в своих силах и учиться решать проблемы. Постепенное принятие решений, пусть даже маленьких, развивает у них чувство собственного достоинства и способности влиять на происходящее. У подростков появляется мотивация работать, учиться и развиваться, поскольку они видят результаты своих усилий. Это укрепляет их независимость и делает более зрелыми и ответственными людьми. Кроме того, семейный бизнес может стать для подростков отличной стартовой площадкой для реализации своих идей. В отличие от классических форм образования, которые часто ограничены теоретическими знаниями, семейный бизнес позволяет подросткам на практике ощутить все аспекты предпринимательства: от разработки идеи до её реализации. Это своего рода «ранний старт», где подросток может попробовать себя в роли создателя и руководителя, а также научиться управлять рисками и нестабильностью, что является важной частью предпринимательского опыта.

Обучение подростков через участие в семейном бизнесе – это, безусловно, ценный опыт, однако он сопряжён с рядом проблем и вызовов, которые требуют внимательного подхода и разумного баланса. Одной из самых значимых трудностей является влияние семейных конфликтов на процесс обучения. В семейном бизнесе работа и личные отношения зачастую переплетаются, и, если в семье возникают напряжённости или разногласия, это может отразиться на атмосфере в бизнесе. Подростки, вовлечённые в такой процесс, могут испытывать эмоциональный стресс и потерю мотивации, что усложняет их обучение и профессиональный рост. Иногда, переживая семейные конфликты, подростки могут ассоциировать участие в бизнесе с негативными переживаниями, что снижает их желание углубляться в предпринимательскую деятельность [3].

Другим серьёзным вызовом становится необходимость соблюдения баланса между семейными обязанностями и профессиональной деятельностью. Важно понимать, что подростки в процессе работы в семейном бизнесе не только учатся предпринимательству, но и участвуют в жизни семьи, что может накладывать дополнительные обязанности. Они могут чувствовать давление, пытаясь совмещать работу в бизнесе с учебой, личной жизнью и временем для отдыха.

Кроме того, существует проблема мотивации. Не всегда подростки разделяют энтузиазм родителей, особенно если они не видят для себя в семейном бизнесе долгосрочных перспектив. В некоторых случаях участие в бизнесе воспринимается как обязанность, а не как возможность для личностного и профессионального роста. Некоторые подростки могут испытывать давление, ожидая, что они продолжат дело родителей, даже если у них нет желания заниматься бизнесом. Это может вызвать протест, отчуждение и нежелание продолжать работать в семейном бизнесе в будущем. Часто подростки хотят следовать своим собственным интересам, и если семейный бизнес не совпадает с их жизненными целями, они могут потерять интерес к этой сфере, что представляет собой ещё одну серьёзную проблему для родителей, которые видят в этом бизнесе продолжение своего дела.

Роль родителей и наставников в формировании предпринимательских навыков у подростков крайне важна, особенно когда речь идет о семейном бизнесе. Родители становятся не только лидерами бизнеса, но и ключевыми наставниками, которые могут направлять и поддерживать подростков в их пути к предпринимательскому успеху. Правильные стратегии и подходы, а также условия, которые способствуют обучению и мотивации, помогут сделать эту роль эффективной. [7].

Вовлечение детей в семейный бизнес может стать ценным опытом, формирующим предпринимательскую жилку. Решая проблемы, принимая решения и настраивая отношения с партнерами, родители демонстрируют детям реальную картину предпринимательства. Такой опыт дает детям не только теоретические знания, но и практические навыки. Создание атмосферы

открытого диалога, где дети могут свободно выражать свои идеи и участвовать в принятии решений, поощрение инициативы и доверие к мнению детей делают семейный бизнес не обязанностью, а возможностью для самореализации. Доверие ответственности за конкретные аспекты работы, например, за маркетинг, финансы или управление клиентами, позволяет детям расти и развиваться в рамках семейного бизнеса. Ошибки – это естественная часть процесса обучения, и родители играют роль терпеливых наставников, готовых помочь в любой момент.

Регулярные семейные обсуждения бизнес-планов, совместные рабочие встречи, где дети могут делиться своими идеями и предложениями, создают благоприятную среду для обучения предпринимательству. Практические занятия и “обучающие проекты”, направленные на освоение конкретных навыков, таких как ведение бухгалтерии, разработка маркетинговых стратегий или организация продаж, помогают детям чувствовать себя не просто помощниками, а полноправными участниками бизнеса, где их мнение и действия имеют значение. Примеры успешных семейных бизнесов, в которых подростки играли активную роль, могут служить вдохновением для других семей. Эти истории показывают, как вовлечение подростков не только способствует их личностному росту, но и делает бизнес более успешным.

История семейной компании Walt Disney – яркий пример, как вовлечение детей в бизнес может принести плоды. Уолт Дисней с самого начала включал в работу своих детей и близких. Они стали свидетелями создания анимационных студий и, хотя вначале их роль была ограничена, позже они начали вносить свой вклад в развитие компании. Например, дочь Уолта активно участвовала в управлении компанией, и ее знания и подходы сыграли ключевую роль в принятии стратегических решений. Передача предпринимательского опыта из поколения в поколение помогла не только сохранить компанию, но и превратить ее в глобальный медиагигант.

Другим интересным примером является компания "Johnson & Johnson" – крупнейший производитель медицинской и потребительской продукции. Семья Джонсонов уделяла особое внимание передаче знаний о ведении бизнеса следующим поколениям. Внучка одного из основателей с детства была вовлечена в семейный бизнес, наблюдая за процессами производства и принятием решений. В юном возрасте она уже участвовала в обсуждениях стратегии расширения ассортимента продукции, а также в маркетинговых и финансовых аспектах. Такой подход позволил ей успешно работать в компании и впоследствии занять ключевые позиции в управлении. Ее инициативность и знания, полученные ещё в подростковом возрасте, сыграли значительную роль в развитии компании на международной арене. В нашей стране также есть примеры семейного бизнеса. Одним из которых является дом моды В. Зайцева, активными участниками которого являются сын и внучка знаменитого модельера; Вячеслав Зайцев, будучи талантливым дизайнером, с любовью прививал своей внучке страсть к моде и семейному бизнесу. Он делился с ней своими знаниями и опытом, водил ее за кулисы модных показов, учил оценивать ткани и стиль. Зайцев поощрял ее творчество, дарил модные журналы и рассказывал о своей работе. Хотя внучка не стала дизайнером, она сохранила любовь к моде и уважение к наследию бабушки. Зайцев доказал, что любовь к делу передается не только через наследие, но и через вдохновение и теплоту души [5].

История успеха компании «Черкизово», лидера российской мясной промышленности, – это история семьи, где бизнес и традиции неразрывно связаны. Игорь Бабаев, основатель компании, заложил фундамент бизнеса, руководствуясь принципами трудолюбия, ответственности и стремления к качеству. Эти ценности стали основой для семейного бизнеса, который процветает уже не одно поколение. Несмотря на развод с женой Лидией, Игорь Бабаев вместе с сыновьями Сергеем и Евгением продолжает управлять «Черкизово» как единая команда. Взаимоуважение, совместное принятие решений и стремление к общему успеху делают этот семейный бизнес уникальным. Лидия Бабаева, опытный управленец, вместе с сыновьями продолжает развивать и расширять бизнес, сохраняя при этом ценности, заложенные Игорем Бабаевым. История «Черкизово» – это яркий пример того, как семейные ценности могут стать мощным двигателем для развития бизнеса и передаваться из поколения в поколение, создавая устойчивую и процветающую компанию [8].

Этим примерам присуща общая черта: вовлечённость подростков в семейный бизнес не только помогает им развивать важнейшие предпринимательские навыки, но и укрепляет сам бизнес, делая его более адаптивным и успешным. Когда дети и подростки начинают участвовать в процессе, они не только учат традиционные бизнес-навыки, но и вносят свежие идеи и взгляд на происходящее. Часто это становится залогом роста и успешной трансформации бизнеса на новых этапах его развития.

Итак, участие подростков в семейном бизнесе играет ключевую роль в формировании предпринимательской грамотности, предоставляя уникальные возможности для развития важных навыков и компетенций. Практическое вовлечение в бизнес-процессы помогает подросткам освоить такие аспекты, как финансовое планирование, управление рисками, стратегическое мышление и принятие решений, что способствует их личностному и профессиональному росту. Однако важно учитывать возможные вызовы, такие как семейные конфликты, перегрузка подростков обязанностями и проблемы с мотивацией.

Родители, действующие как наставники, могут создать поддерживающую и мотивирующую среду, что значительно увеличивает шансы на успешное развитие подростков как будущих предпринимателей. Примеры успешных семейных компаний, в которых подростки активно участвовали в бизнесе, подтверждают, что вовлеченность молодого поколения в предпринимательскую деятельность не только помогает передать знания, но и способствует росту и инновационному развитию самого бизнеса. Таким образом, семейный бизнес является важной платформой для воспитания нового поколения предпринимателей, готовых к вызовам современного мира.

Библиографический список

1. Егоров Е.Ю. Роль образования в формировании финансовой грамотности населения России // Созидательный импульс развития современной науки, 2023, С. 3-5: сайт. URL: https://www.researchgate.net/publication/371593274_ROL_OBRAZOVANIA_V_FORMIROVANII_FINANSOV_OJ_GRAMOTNOSTI_NASELENIA_ROSSII (дата обращения: 11.11.2024).
2. Как устроен семейный бизнес в России: исследование // Как устроен семейный бизнес в России: исследование: сайт. URL: <https://sberbusiness.live/publications/kak-ustroen-semeinyi-biznes-v-rossii-issledovanie> (дата обращения: 12.11.2024).
3. Козырева Н.А. Экосистемный подход к формированию предпринимательской грамотности // Менеджмент в образовании: экосистемный подход, 2023, С. 197: сайт. URL: <http://ippo.selfip.com:85/izvestia/kozyreva-n-a-yekosistemnyy-podkhod-k-fo/> (дата обращения: 11.11.2024).
4. Олейникова И.Н. Разноуровневый подход к формированию компетенций по финансовой грамотности // Вестник Таганрогского института управления и экономики, 1, (41), 2024, С. 69-78: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/raznourovnevyy-podhod-k-formirovaniyu-kompetentsiy-po-finansovoy-gramotnosti> (дата обращения: 11.11.2024).
5. Отрасли и примеры семейного бизнеса в России и на Западе // Отрасли и примеры семейного бизнеса в России и на Западе: сайт. URL: <https://azconsult.ru/primery-semejnego-biznesa/> (дата обращения: 12.11.2024).
6. Сазонова А.П. Семейный бизнес как форма предпринимательской деятельности // Диссертация: сайт. URL: <file:///C:/Users/arina/Downloads/%D0%94%D0%B8%.pdf> (дата обращения: 11.11.2024).
7. Хотанова Г. К. Роль семьи в обучении бизнесу молодых поколений // International scientific review of the problems of philisophy, psychology and pedagogy, 2021. С. 34-36: сайт. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_35567516_65988747.pdf (дата обращения: 11.11.2024).
8. Чем занимаются 10 богатейших семейных кланов России: Михайловы, Ротенберги и др // Чем занимаются 10 богатейших семейных кланов России: Михайловы, Ротенберги и др: сайт. URL: <https://kulturologia.ru/blogs/190221/49074/> (дата обращения: 12.11.2024).

УДК 330

ПОНИМАНИЕ И РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ КАК ОСНОВА УСПЕШНОГО БИЗНЕСА

Таенчук Я.Ю., к.э.н., доцент

Калужский филиал Финуниверситета, Калуга

Аннотация: Предпринимательство выступает важной составной частью экономики любой страны, поскольку создает новые рабочие места, то есть стимулирует рынок труда, обеспечивает рост благосостояния населения, способствует развитию инноваций, формирует основу гражданского общества и политической свободы. Данная статья направлена на рассмотрение успешности бизнеса через призму понимания и развития предпринимательских компетенций. Автором сформулирована и содержательно раскрыта компетентностная модель предпринимателя, как набор навыков, знаний, индивидуальных качеств и способностей, без которых осуществление предпринимательской деятельности невозможно. В статье представлена структура данной модели, включающая социально-психологические и профессиональные компетенции (профессиональное ядро). Определена система факторов, влияющих на развитие

предпринимательских компетенций, и приведен перечень основных педагогических инструментов, направленных на это развитие.

Ключевые слова: бизнес, предпринимательские компетенции, личность предпринимателя, компетентностная модель предпринимателя.

UNDERSTANDING AND DEVELOPING ENTREPRENEURIAL COMPETENCIES AS THE FOUNDATION OF A SUCCESSFUL BUSINESS

*Taenchuk Y.Y., Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation: Entrepreneurship is an important component of the economy of any country, since it creates new jobs, that is, stimulates the labor market, ensures the growth of the well-being of the population, promotes the development of innovations, forms the basis of civil society and political freedom. This article is aimed at examining business success through the prism of understanding and developing entrepreneurial competencies. The author formulated and meaningfully disclosed the competence model of an entrepreneur as a set of skills, knowledge, individual qualities and abilities, without which entrepreneurial activity is not possible. The article presents the structure of this model, which includes socio-psychological and professional competencies (professional core). The system of factors influencing the development of entrepreneurial competencies is defined, and a list of the main pedagogical tools aimed at this development is given.

Keywords: business, entrepreneurial competencies, entrepreneur's personality, entrepreneur's competence model.

Согласно ГК РФ, предпринимательство – это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение, прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке [1].

Основы предпринимательской деятельности в Российской Федерации определяются:

- экономическими условиями (наличие капитала, в том числе инвестиционного, соотношение спроса и предложения на товары, работы, услуги, изменение покупательной способности населения (целевой аудитории) и др.);
- социальными условиями (вкусовые и иные предпочтения потребителей, устоявшиеся общественные нормы, влияющие на бизнес);
- политическими условиями (наличие или отсутствие барьеров при регистрации бизнеса, налоговая, денежно-кредитная политика и т.д.).

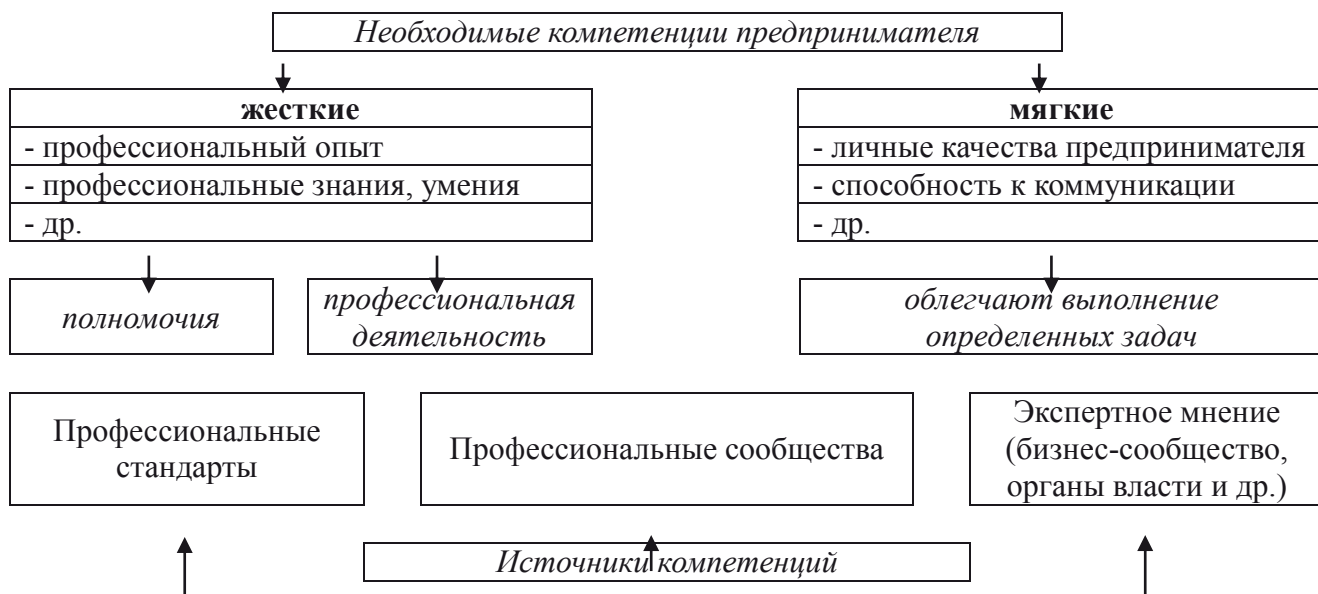


Рисунок 1 - Компетентностная модель предпринимателя

В науке и практике личность предпринимателя часто описывают через такие характеристики, как инициативность, новаторство, готовность взять на себя ответственность и пойти на риск, самостоятельность, системность действий и др. Если соотнести обозначенные

характеристики с компетенциями (жесткими (hard skills) и мягкими (soft skills)), то можно вывести компетентностную модель предпринимателя (рис.1).

Компетентностную модель предпринимателя можно представить, как набор базовых навыков, знаний, индивидуальных качеств и способностей, без которых осуществление предпринимательской деятельности не представляется возможным.

Компетентностная модель всегда включает два блока характеристик предпринимателя. С одной стороны – социально-психологические компетенции, с другой стороны – профессиональное ядро (таблица 1).

Таблица 1 – Внутренняя структура компетентностной модели предпринимателя

Блок 1	Блок 2
<i>Социально-психологические компетенции</i>	<i>Профессиональное ядро</i>
Своего рода социально-психологический портрет личности предпринимателя, выявление способностей конкретного человека к ведению предпринимательской деятельности. Включают: 1. организаторские способности (предприимчивость, самостоятельность и др.); 2. креативность, новаторство; 3. способности к эффективной коммуникации (коммуникабельность, способность заводить деловые знакомства, находить общий язык с контрагентами, навыки ведения переговоров, выстраивание отношений внутри команды); 4. управленческие способности (лидерские качества (способность принимать решения), умение брать на себя ответственность, уверенность в своих силах и др.)	Способность к генерации идей. Понимание, как организовать и легализовать бизнес. Организационно-управленческая деятельность. Учетно-аналитическая деятельность (информационная составляющая). Технологическая (производственная) составляющая. Этот блок представляет собой основу конкурентных преимуществ бизнеса.

С точки зрения усиления конкурентных преимуществ предпринимательской деятельности, прорабатывать нужно, прежде всего, профессиональное ядро компетентностной модели. Представим обобщенные характеристики его составляющих в таблице 2.

Таблица 2 – Характеристика элементов профессионального ядра компетентностной модели предпринимателя

Наименование составляющей	Обобщенная характеристика
Способность к генерации идей	1. Новаторский (креативный) подход при выработке практических идей. 2. Умение довести идею до актуального бизнес-проекта, видение перспективы. 3. Умение создать бренд и понимание, как им управлять. 4. Навыки планирования. 5. Способность быть устойчивым в рискованных ситуациях, управление риском, знание законодательства и др.
Понимание, как организовать и легализовать бизнес	
Организационно-управленческая деятельность	1. Знание основ и принципов управления бизнесом. 2. Управление активами (в том числе оценка человеческого капитала и понимание особенностей работы с ним). 3. Навыки бизнес-коммуникации и профессиональная этика. 4. Знание базовых положений стратегического менеджмента, бизнес-анализа, особенностей операций в рамках ВЭД и др.
Учетно-аналитическая деятельность	1. Владение методами и инструментами всех видов учета (финансового, управленческого, налогового, оперативного, статистического). 2. Владение методами финансового менеджмента и экономического анализа для выявления причинно-следственных связей. Анализ внешней и внутренней среды бизнеса, и др.
Технологическая (производственная) составляющая	1. Умение применять ИТ для ведения и оптимизации бизнес-процессов. 2. Умение управлять жизненным циклом продукта.

В основу успешного бизнеса должен быть заложен процесс не только формирования соответствующих компетенций предпринимателя, но и систематическое их развитие, что сопряжено с необходимостью обучения предпринимателя новым знаниям, навыкам и умениям.

Система факторов, влияющих на развитие предпринимательских компетенций, включает:

- мотивы предпринимателя (цели, потребности и интересы);
- имеющийся опыт ведения предпринимательской деятельности или его отсутствие. Так, для потенциального предпринимателя в обучении важны общие аспекты бизнеса «с нуля», для «молодого предпринимателя» - прокачка компетенций, составляющих слабые звенья бизнеса, оптимизация процессов, для «зрелого предпринимателя» - психология бизнеса, новые взгляды на привычные процессы;
- задатки предпринимателя и его индивидуальные характеристики (образование, возраст, функциональность, и др.), в том числе психологические аспекты;
- окружение бизнеса (бизнес-среда).

Обучение предпринимателей, направленное на развитие профессиональных компетенций будет эффективным, если достичь вовлеченности слушателя в процесс. В свою очередь, вовлеченность зависит от актуальности, мотивации и отсутствия барьеров. То есть, обучающийся должен быть уверен, что не будет психологических и иных барьеров, например, чувства неловкости за непонятый материал, высказывание своего мнения и т. д. При этом особую важность представляет разбор практических кейсов с повседневными рабочими ситуациями или учебный проект, решающий реальные проблемы бизнеса, а также групповая работа, мотивирующая на высокий результат.

Основными педагогическими инструментами, направленными на развитие предпринимательских компетенций являются:

Проектное обучение - работа над проектами, которые требуют исследования, анализа и применения знаний. Этот подход позволяет обучающимся брать на себя ответственность за свое обучение и развивать навыки решения проблем.

2. Кейс-метод - обучающиеся анализируют реальные ситуации или «кейсы», чтобы найти решения проблем или принять решения. Этот подход требует активного участия, так как обучающиеся должны исследовать ситуацию, анализировать данные и предлагать решения.

3. Дискуссии – обучающиеся участвуют в обсуждениях и дебатах. Это позволяет им делиться своими мыслями, задавать вопросы и получать обратную связь от коллег и преподавателей.

4. Ролевые игры и имитации – обучающиеся играют роли или имитируют реальные ситуации, чтобы развить навыки решения проблем и принятия решений. Этот подход требует активного вовлечения, так как необходимо действовать в соответствии с ролью или сценарием, и др.

Таким образом, результативность бизнеса действительно стоит рассматривать через призму понимания и развития предпринимательских компетенций. С точки зрения усиления конкурентных преимуществ предпринимательской деятельности, прорабатывать нужно, прежде всего, профессиональное ядро компетентностной модели, а для облегчения выполнения определенных задач и оптимизации протекания бизнес-процессов не забывать и о социально-психологическом блоке.

Библиографический список

- Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 08.08.2024, с изм. от 31.10.2024)
2. Гавриленко Ю.М., Дудко А.В. Понятие «предпринимательская компетентность»: педагогический контекст и региональные аспекты // Проблемы современного педагогического образования. 2017. № 54–1. С. 74–82
3. Дроздов И.Н. Компетенции успешного предпринимателя: концептуальные основы исследования // Креативная экономика. 2020. Том 14. №9. С. 1989–2002. doi: 10.18334/ce.14.9.110833
4. Основные экономические теории: сущность и использование в исследованиях предпринимательства. Учебное пособие / Л.Н. Бабак, Е.Б. Гаффорова, Е.И. Денисевич, И.Н. Дроздов, Т.В. Ершова, В.В. Жохова, Н.И. Меркушова, А.А. Султанова, Е.В. Хегай. Владивосток: Издательство Дальневосточного федерального университета, 2017. 188 с.

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

Тимова А.А., бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Акименко В.А., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В статье рассматривается сущность социального предпринимательства, а также нормативно-правовые условия, которые обуславливают его функционирование на территории Российской Федерации. Изучены ключевые факторы, влияющие на статус получения социального предпринимателя, проанализированы основные меры государственной поддержки изучаемого бизнес-направления. Сформулированы краткосрочные и среднесрочные тенденции развития социального бизнеса.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальный бизнес, социально-ориентированное предпринимательство, социальные проблемы, меры государственной поддержки.

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA AND ITS DEVELOPMENT PROSPECTS

Titova A.A. Bachelor of the 4th year

*Scientific supervisor: Akimenko V.A., senior lecturer
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The article examines the essence of social entrepreneurship, as well as the regulatory and legal conditions that determine its functioning on the territory of the Russian Federation. The key factors influencing the status of obtaining a social entrepreneur are studied, the main measures of state support for the studied business area are analyzed. Short- and medium-term trends in the development of social business are formulated.

Keywords: social entrepreneurship, social business, socially oriented entrepreneurship, social problems, government support measures.

В современных условиях развития российской экономики, когда рынок динамично расширяется и увеличивается количество функционирующих на нем субъектов, все большую популярность обретает направление предпринимательской деятельности и ее различных ответвлений. Развитие собственного бизнеса жителями России на сегодняшний день возможно в различных формах: в статусе самозанятого, в форме индивидуального предпринимателя, а также в виде малого, среднего или крупного бизнеса. Рост интереса к предпринимательству проявляется как со стороны государства ввиду экономического стимулирования более эффективной работы национальной рыночной системы, так и со стороны самих граждан из-за стремления к самореализации и повышению уровня своих располагаемых доходов.

Актуальность рассматриваемой тематики обуславливается тем фактом, что социальная сфера общественной жизни и проблемы, фигурирующие в рамках ее функционирования, стали все больше интегрироваться в современную бизнес-среду. Основным направлением социального предпринимательства является решение остросоциальных проблем, которые на сегодняшний день в той или иной степени фигурируют в современном российском обществе. Таким образом, благодаря старту реализации социально-ориентированных бизнес-проектов государство имеет возможность проводить не только точечные корректирующие и оптимизационные мероприятия социального характера, но и вовлекать в решение данных проблем граждан, которые в той или иной степени, сталкиваются с подобными проблемами в реальной жизни, одновременно с этим поддерживая развитие как предпринимательской деятельности в целом, так и ее новое направление, что, в совокупности, позволяет комплексно закрывать незакрытые потребности социально-экономической специфики.

Стоит отметить, что социальное предпринимательство, как официальная и закреплённая на законодательном уровне деятельность, имеет соответствующую нормативно-правовую базу, регулирующую базовые юридические аспекты функционирования, а именно Федеральный закон № 209-ФЗ от 24.07.2007. Так, согласно данному закону, социальное предпринимательство реализуется в форме малого или среднего бизнеса, направленного не только на получение прибыли, но и на поддержку льготно-социальных категорий граждан и (или) достижение

общественно полезных целей. К льготно-социальным категориям граждан, которым можно оказывать поддержку в рамках реализации социального бизнеса, относятся:

- 1) граждане, обладающие статусом инвалидности, люди с ограниченными возможностями здоровья;
- 2) люди пенсионного и предпенсионного возраста;
- 3) беженцы и вынужденные переселенцы;
- 4) одинокие и (или) многодетные родители, воспитывающие несовершеннолетних детей и (или) детей-инвалидов;
- 5) малоимущие и др. [1].

То есть, обобщая, для получения статуса социального предпринимателя необходимо в документированном формате оказывать помощь гражданам, нуждающимся в социальной защите и социальном обслуживании. Среди вариаций подобной помощи можно выделить, например:

1) трудоустройство данных категорий (количество трудоустроенных должно составлять не менее, чем 50% от общей среднесписочной численности за предыдущий год, а доля расходов на заработную плату не менее, чем 25% от общего фонда оплаты труда организации);

2) реализация товаров, производством которых занимается человек или группа людей из соответствующей категории (доходность по данному направлению должна составлять не менее 50% от общей суммы выручки, а также не менее 50% от показателя чистой прибыли за прошлый год должно быть направлено на реализацию данного вида деятельности в текущем году);

3) производство товаров или оказание услуг для использования гражданами из соответствующих категорий (условия аналогичны примеру выше) [1].

В случае, если в рамках социального бизнеса рассматривается критерий достижения общественно значимых целей, то среди них выделяются организация отдыха и здоровья детей; мероприятия по повышению значимости института семьи в обществе; культурно-просветительская деятельность; психологическая/педагогическая/медицинская/социальная помощь людям с ОВЗ и др. Общественно-значимые цели, зарегистрированные в качестве одного из видов деятельности организации, также должны приносить не менее 50% от общей суммы выручки.

Так, при периодическом условии соблюдения всех описанных выше условий, предприниматель получает не только необходимый статус социальной организации, но и одновременно с этим ряд льготных условий для реализации своей деятельности в рамках всероссийской программы по развитию социального предпринимательства, в которой задействованы все ключевые органы государственной власти, а также крупные российские корпорации, в структуре акционерного капитала которых присутствует доля государственных акций.

Так, например, одной из мер поддержки являются налоговые льготы, предоставляемые в общем формате для всех данных субъектов (на федеральном уровне) и в региональном формате в соответствии со спецификой регионального законодательства – нулевая налоговая ставка по налогу на прибыль, освобождение от НДС, сниженные налоговые ставки при использовании упрощенного режима налогообложения (5% если объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов, 1% если налогом облагаются только доходы). Также, для проектов в области социального предпринимательства предусмотрены льготные программы кредитования, сниженная ценовая политика при открытии и ведении счета организации. Помимо этого, государство и местные органы власти финансируют ежегодные грантовые конкурсы, в рамках которых проводится конкурсный отбор наиболее конкурентоспособных социальных проектов с дальнейшим выигрышем грантов номиналом от 100 тыс руб. до 1 млн руб.

Довольно весомую роль в поддержке социального бизнеса также играет и Федеральное агентство развития бизнеса, функционал которого ориентирован на всю предпринимательскую деятельность в России. Среди мотивационных мероприятий по стимулированию развития рассматриваемого бизнес-направления выделена возможность единоразовой бесплатной аренды помещений для работы для предпринимателей на срок до 12 месяцев, организация профессионального обучения и системы наставничества для начинающих бизнес-специалистов, предоставление консультационных и информирующих услуг в рамках социальной бизнес-направленности, а также помощь в поиске контрагентов, партнеров, клиентов, инвесторов и др. [2].

В целом, можно выделить ряд общих тенденций, которые ожидаются в рамках кратко и среднесрочных перспектив, в области социального предпринимательства:

- 1) Увеличение количества социально-ориентированных бизнес-проектов в РФ – на конец первого полугодия 2024г., согласно данным единого реестра субъектов малого и среднего

предпринимательства, в статусе социальной организации действовало 10 945 предприятий (что, по сравнению с 2020г., является положительной динамикой, прирост составил 280%, на начало 2020г. на территории России действовало 2880 аналогичных организаций). Так, согласно прогнозным данным Реестра социальных предпринимателей, к концу 2027г. ожидается, минимально, аналогичный прирост, т.е. около 20 000 действующих организаций на конец отчетного периода; [3]

2) Более основательное развитие инфраструктуры поддержки социального предпринимательства – фактически, классический вид предпринимательства и социальное предпринимательство имеет примерно одинаковый список льгот, что не всегда выступает мотивационным фактором в пользу выбора гражданами именно социально-ориентированной направленности и из-за этого, планируется расширение предлагаемых льготных условий функционирования, например, повышение номинальной стоимости или общего количества разыгрываемых грантов, предоставление возможности привлечения к работе социального бизнес-проекта лиц из органов местной власти для привлечения дополнительных ресурсов на региональном уровне и т.д.;

3) Привлечение социально-ориентированных проектов на государственный уровень поддержки – государство, в лице органов государственной власти, как упоминалось ранее, ежегодно проводит грантовые конкурсы с целью частичного финансирования социальных бизнес-проектов. В качестве одного из примеров социально-ориентированных грантовых бизнес-конкурсов, реализующихся на сегодняшний день, можно привести Всероссийский конкурс молодёжно-социальных проектов, главным организатором и куратором которого является Федеральное агентство по работе с молодежью. Данный конкурс регламентирован на законодательном уровне в форме Постановления Правительства РФ № 1436 от 15.09.2020 и подразумевает грантовую поддержку социальных бизнес-проектов в области организации самозанятости молодежи, стимулирование популяризации здорового образа жизни, экологическое просвещение населения и др. Ежегодно выделяется разное количество грантов номиналом от 50 000 руб до 1 млн руб, в зависимости от актуальности социальной проблемы, заложенной в проект и качества составления бизнес-плана.

Также стоит отметить, что в рамках программы развития социального предпринимательства также рассматривается вопрос о введении возможностей полного финансирования проектов, успешно прошедших конкурсный отбор, а также их реализация под курированием сотрудников соответствующего органа власти;

4) Развитие волонтерской культуры в России – на сегодняшний день в Комитете Государственной Думы по молодежной политике активно обсуждается вопрос повышения степени вовлечения граждан в волонтерство, т.к., во-первых, как правило социальные бизнес-проекты разрабатываются именно людьми, в той или иной степени участвовавших в волонтерской деятельности, во-вторых, волонтерство позволяет более активно привлекать граждан из социально-льготных категорий к активной общественной и экономической жизни, что, в свою очередь, может повлиять и на количество субъектов социального предпринимательства. Так, общая численность членов волонтерского движения в России на конец 2023г. составила 4,1 млн человек, что характеризует прирост показателя на 3% относительно предыдущего периода, т.е. ожидается как минимум идентичный прирост на конец следующего 2024г. При этом, развитие волонтерской культуры предполагает не только увеличение количества последователей данного движения, но и увеличение степени финансирования волонтерских проектов со стороны государства (таких как «Формула добра», «Добровольчество», «Волонтеры Победы» и др.), поддержка российских социально-значимых организаций (например, в рамках существующей на сегодняшний день гуманитарной миссии «#МыВместе» для недавно присоединенных к России территорий).

В целом, можно отметить, что перспективы развития социального предпринимательства в России кажутся многообещающими. Увеличение интереса со стороны общества, государственная поддержка и активное вовлекающее участие молодежи создают благоприятные условия для формирования развитой социально-предпринимательской среды и последующего развития этой сферы. Тем не менее, необходимо продолжать разрабатывать и внедрять в практический опыт оптимизационные мероприятия по стимулированию в области социального предпринимательства, а также укреплять сотрудничество между всеми взаимообусловленными участниками рассматриваемой бизнес-направленности. В совокупности, это позволит расширить горизонты развития социального бизнеса и закрепить его как один из движущих механизмов повышения экономической и социальной активности государства как на внутреннем национальном, так и на глобальном мировом уровне.

Библиографический список

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ: Федер. закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ [принят Государственной Думой 6 июля 2007г.: одобрен Советом Федерации 11 июля 2007г.] // Собрание законодательства РФ. – 2007. – № 31. – Ст. 4006
2. Агентство развития бизнеса [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://arbko.ru/> (Дата обращения: 10.11.2024)
3. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://ofd.nalog.ru/?ref=vc.ru> (Дата обращения: 10.11.2024)

Секция 6. Национальная стратегия повышения финансовой грамотности проблемы и перспективы до 2030 года

УДК 336.221.4

ЦИФРОВИЗАЦИЯ В НАЛОГОВЫХ ОРГАНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Бессонов М.А., бакалавр 4-го курса
Ткачева С.В., бакалавр 4-го курса
Научный руководитель: *Фомичева Е.В., доцент*
Тульский филиал Финуниверситета, Тула

Аннотация. информационные системы и базы данных налоговых органов играют ключевую роль в управлении налогами и обеспечении налогового контроля, что необходимо для стабильного развития страны.

Ключевые слова: цифровизация, налоговые органы, электронный налог, кабинет налогоплательщика.

DIGITALIZATION IN THE TAX AUTHORITIES OF THE RUSSIAN FEDERATION

Bessonov M.A. Bachelor of the 4th year
Tkacheva S.V. Bachelor of the 4th year
Scientific supervisor: *E.V. Fomicheva, Associate Professor*
Tula branch branch of the Financial University, Tula

Annotation. information systems and databases of tax authorities play a key role in tax management and tax control, which is necessary for the stable development of the country.

Keywords: digitalization, tax authorities, electronic tax, taxpayer's office

Цели и задачи информационных систем и баз данных налоговых органов можно разделить на несколько ключевых направлений:

1. Улучшение управления налогами: Обеспечение эффективного и прозрачного управления налоговыми процессами.
2. Повышение собираемости налогов: Увеличение объемов налоговых поступлений за счет более эффективного контроля и учета.
3. Обеспечение соблюдения законодательства: Поддержка выполнения налогового законодательства и предотвращение нарушений.
4. Улучшение обслуживания налогоплательщиков: Обеспечение удобного доступа к информации и услугам для граждан и бизнеса.
 1. Сбор и хранение данных:
 - Формирование базы данных о налогоплательщиках, их доходах, расходах и налоговых обязательствах.
 - Хранение информации о налоговых декларациях и платежах.
 2. Анализ данных:
 - Проведение анализа налоговых поступлений и выявление тенденций.
 - Выявление аномалий и подозрительных операций для предотвращения уклонения от уплаты налогов.
 3. Контроль за соблюдением законодательства:
 - Мониторинг выполнения налоговых обязательств.

- Проведение проверок и контрольных мероприятий на основе собранной информации.
- 4. Автоматизация процессов:
 - Оптимизация процессов подачи деклараций, расчета налогов и обработки платежей.
 - Снижение ручного труда и ошибок при обработке данных.
- 5. Информирование и консультирование:
 - Предоставление информации о налоговых обязательствах и изменениях в законодательстве.
 - Организация системы поддержки для налогоплательщиков (например, горячие линии, онлайн-консультации).
- 6. Отчетность:
 - Формирование отчетов для внутреннего анализа и внешних органов.
 - Обеспечение прозрачности данных о налоговых поступлениях для государственных учреждений и общества [1].

Информационные системы и базы данных налоговых органов состоят из нескольких ключевых компонентов, которые обеспечивают их функциональность и эффективность. Вот основные из них:

1. Аппаратное обеспечение
 - Серверы: Для хранения и обработки данных.
 - Рабочие станции: Для пользователей (налоговые инспекторы, администраторы и т.д.).
 - Сетевое оборудование: Маршрутизаторы, коммутаторы и другое оборудование для обеспечения связи.
2. Программное обеспечение
 - Системы управления базами данных (СУБД): Для хранения, управления и обработки данных (например, Oracle, MySQL, PostgreSQL).
 - Прикладные программы: Для выполнения специфических задач, таких как обработка налоговых деклараций, расчет налогов и т.д.
 - Интерфейсы: Пользовательские интерфейсы для взаимодействия с системой (веб-приложения, мобильные приложения).
3. База данных
 - Налогоплательщики: Информация о физических и юридических лицах, зарегистрированных в налоговой системе.
 - Налоговые декларации: Данные о поданных декларациях, их статусах и сроках.
 - Платежи: Информация о произведенных налоговых платежах, их суммах и датах.
 - Аналитическая информация: Данные для анализа, включая статистику по поступлениям и выявленным нарушениям.
4. Системы безопасности
 - Аутентификация и авторизация: Механизмы для проверки прав доступа пользователей к системе.
 - Шифрование данных: Защита конфиденциальной информации при передаче и хранении.
 - Мониторинг и аудит: Системы для отслеживания действий пользователей и обеспечения безопасности данных.
5. Интерфейсы интеграции
 - API: Интерфейсы для интеграции с другими государственными системами (например, социального обеспечения, регистрации юридических лиц).
 - Импорт/экспорт данных: Возможности для обмена данными с внешними системами.
6. Системы отчетности и аналитики
 - Отчетные инструменты: Для формирования отчетов по налоговым поступлениям, проверкам и другим параметрам.
 - Аналитические панели (дашборды): Визуализация данных для мониторинга ключевых показателей.
7. Обучение и поддержка пользователей
 - Документация: Руководства пользователя, инструкции по работе с системой.
 - Тренинги: Обучение сотрудников налоговых органов работе с информационной системой.

Информационные системы и базы данных налоговых органов имеют множество преимуществ, которые способствуют улучшению их работы и повышению эффективности налогового администрирования [2]. Вот основные из них:

1. Улучшение сбора налогов
 - Автоматизация процессов: Снижение ручного труда и ошибок, что позволяет быстрее обрабатывать декларации и платежи.
 - Мониторинг платежей: Возможность отслеживать и контролировать поступления в режиме реального времени.
 2. Повышение прозрачности
 - Доступ к информации: Налогоплательщики могут получать информацию о своих обязательствах и статусе платежей, что уменьшает вероятность мошенничества.
 - Отчетность: Улучшенная отчетность по налоговым поступлениям и расходам, что способствует более открытому управлению.
 3. Эффективное управление данными
 - Централизованное хранение: Все данные о налогоплательщиках и их обязательствах хранятся в одной системе, что упрощает доступ и управление информацией.
 - Анализ данных: Возможность проводить анализ больших объемов данных для выявления тенденций, проблем и возможностей для улучшения.
 4. Увеличение эффективности работы сотрудников
 - Сокращение времени на обработку: Автоматизация рутинных задач позволяет сотрудникам сосредоточиться на более сложных вопросах.
 - Упрощение взаимодействия: Системы обеспечивают более удобные инструменты для общения между различными подразделениями налоговых органов.
 5. Поддержка принятия решений [3]
 - Аналитические инструменты: Возможность использования отчетов и дашбордов для оперативного принятия решений на основе актуальных данных.
 - Прогнозирование: Анализ данных позволяет предсказывать будущие налоговые поступления и выявлять потенциальные риски.
 6. Улучшение обслуживания налогоплательщиков
 - Онлайн-сервисы: Возможность подачи деклараций и оплаты налогов через интернет, что делает процесс более удобным для граждан.
 - Служба поддержки: Информационные системы могут включать чаты или горячие линии для быстрого получения ответов на вопросы.
 7. Безопасность и защита данных
 - Шифрование и аутентификация: Защита конфиденциальной информации от несанкционированного доступа.
 - Аудит и мониторинг: Возможность отслеживания действий пользователей для предотвращения мошенничества.
 8. Интеграция с другими системами
 - Обмен данными: Легкая интеграция с другими государственными системами (например, социального обеспечения), что обеспечивает более полное представление о финансовом состоянии граждан.
- Информационные системы и базы данных налоговых органов, несмотря на свои преимущества, сталкиваются с рядом вызовов и проблем. Вот основные из них [4]:
- Защита данных: Необходимость обеспечения конфиденциальности и защиты личной информации.
 - Интеграция систем: Сложности в объединении различных систем и баз данных.
 - Адаптация к изменениям законодательства: Быстрое обновление систем в соответствии с новыми правилами.
- Эти аспекты помогают налоговым органам эффективно управлять налоговыми процессами, повышая уровень соблюдения налогового законодательства и улучшая взаимодействие с гражданами и бизнесом.

1. Земцов М.С. Применение информационных технологий в системе налогообложения / М. С. Земцов // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. 2020. Т. 8, № 2(49). С. 59-64.

2. Осокин, М. С. Внедрение и развитие цифровых технологий в налоговой системе РФ // Поколение будущего: Взгляд молодых ученых. 2022: сборник научных статей 11-й Международной молодежной научной конференции, Курск, 10–11 ноября 2022 года. Том 1. Курск: Юго-Западный государственный университет, 2022. С. 339-342.

3. Савина Л.Л. Проблемы и перспективы цифровизации налоговой системы Российской Федерации // Вестник Чебоксарского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. 2021. № 1(24). С. 68-77.

4. ИТОГИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФНС РОССИИ https://data.nalog.ru/html/sites/www.new.nalog.ru/2023/related_activities/statistics_and_analytics/effectiveness/10m23.pdf (дата обращения: 11.11.2024)

УДК 338

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ: КРИТЕРИИ УСПЕШНОСТИ

Бессонов М.А., бакалавр 4-го курса

Ткачева С.В., бакалавр 4-го курса

Научный руководитель: Медведева Т.В., к.э.н., доцент

Тульский филиал Финуниверситета, Тула

Аннотация. национальные проекты служат векторами развития Российской Федерации. Это обосновывает необходимость измерения успешности их выполнения.

Ключевые слова: национальный проект, эффективность, рентабельность, достижения, социальный эффект.

NATIONAL PROJECTS: SUCCESS CRITERIA

Bessonov M.A. Bachelor of the 4th year

Tkacheva S.V. Bachelor of the 4th year

Scientific supervisor: T.V. Medvedeva, Ph.D. in Economics, Associate Professor

Tula branch branch of the Financial University, Tula

Annotation. National projects serve as vectors for the development of the Russian Federation. This justifies the need to measure the success of their implementation.

Keywords: national project, efficiency, profitability, achievements, social impact

Проект в сфере государственного управления – это целенаправленная деятельность, направленная на решение конкретной проблемы или достижение определенной цели в рамках государственных функций и услуг. Такие проекты могут охватывать различные области, включая социальное обеспечение, здравоохранение, образование, безопасность, инфраструктуру и цифровизацию.

К 2005 г. в России сложился комплекс благоприятных условий для создания фундамента дальнейшего развития страны, включающий переход к новым моделям управления государством и продолжению курса по инвестированию в человеческий капитал. В связи с этим, впервые в новейшей истории России, в 2005 г. Президентом РФ В.В. Путиным было принято решение о реализации долгосрочных общероссийских мероприятий под названием «национальные проекты». Среди важнейших направлений социальной политики страны были выделены приоритетные проекты: «Качественное образование», «Доступное жилье», «Современное здравоохранение», «Эффективное сельское хозяйство», как наиболее социально значимые и влияющие на качество жизни людей.

Национальные проекты 2019 – 2024 разработаны по трем основным направлениям («Человеческий капитал», «Комфортная среда для жизни» и «Экономический рост») и утверждены Указом Президента РФ от 7 мая 2018 г. «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации до 2024 года» [1].

Официально программу нацпроектов запустили в 2019 г. на срок до 2024-го, в июле 2020 было принято решение отложить достижение ряда показателей до 2030 г. и скорректировать программу с учетом изменившихся обстоятельств [2]. По докризисным прогнозам Министерства экономического развития, экономический рост в результате реализации нацпроектов уже с 2021-го должен был составлять 3% в год. В течение первых трех кварталов 2019 года были исполнены

расходы по проектам, которые в 2018 г. и ранее и так финансировал федеральный бюджет, поэтому бюрократические процессы их согласования не вызвали сложностей.

В последнем квартале 2019 г. расходы по отстающим нацпроектам были исполнены опережающими темпами – более 40% запланированных расходов исполнено в последнем квартале по нацпроектам «Цифровая экономика», «Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры на период до 2024 г.», «Производительность труда и поддержка занятости», «Международная кооперация и экспорт», «Экология». При этом исполнение НП «Цифровая экономика» и «Экология» так и осталось на низком уровне – 73,3 и 66,3% соответственно. Общий уровень исполнения нацпроектов составил 91,4%, что приемлемо на фоне невысокого уровня исполнения бюджетных расходов (94,2%) [2].

В начале 2020 г. исполнение расходов по нацпроектам более равномерно – так, за четыре месяца 2020 г. исполнено уже 44,5% всех запланированных расходов на здравоохранение (вероятно, в связи с пандемией), 29% всех запланированных расходов на НП «Демография», а также 34,3% расходов в рамках НП «Жилье и городская среда» [5].

Задачи нацпроектов находятся в процессе пересмотра с учетом повысившейся роли здравоохранения и социальной политики в результате последствий пандемии. Большинство стран мира анонсировало объемные фискальные меры, направленные на социальную политику, здравоохранение и помощь бизнесу. Россия также анонсировала подобные меры.

Успешность национальных проектов обусловлена тем, что управление осуществляется в соответствии с принципами проектного управления на всех уровнях жизненного цикла. Эффективность реализации приоритетных национальных проектов зависит от следующих факторов:

Организация управления. Система управления национальными проектами должна включать достижения необходимого взаимодействия разных уровней государственной власти и органов местного самоуправления, постоянный мониторинг их работы, а также обеспечение взаимодействия государства, общества и бизнеса, привлекаемого в рамках государственно-частного партнерства.

Финансирование. Положительный результат от реализации национальных приоритетных проектов возможен только при разработке организационно - экономического механизма, способствующего повышению статуса местных бюджетов в плане распределения финансовых средств, обеспечивающего прозрачность и эффективность расходования бюджета.

Информационное обеспечение. Информационная поддержка является важнейшей частью процесса реализации национального проекта и требует для своего формирования и поддержания значительных усилий и ресурсов на всех стадиях проекта [3].

Основные характеристики проекта в сфере государственного управления:

1. Цель и задачи:

- Проект имеет четко определенные цели, которые могут включать улучшение качества жизни граждан, оптимизацию процессов или внедрение новых технологий.

2. Сроки:

- Каждый проект имеет ограниченный временной период для реализации, что позволяет установить контроль за его выполнением.

3. Ресурсы:

- Проекты требуют выделения финансовых, человеческих и материальных ресурсов для достижения поставленных целей.

4. Заинтересованные стороны:

- Включает различные группы: государственные органы, гражданское общество, бизнес и другие организации, которые могут быть затронуты результатами проекта.

5. Методы и подходы:

- Реализация может осуществляться через различные методы, такие как исследования, консультации, пилотные проекты и т.д.

6. Оценка результатов:

- Проекты в сфере государственного управления подлежат оценке успешности по заранее установленным критериям, таким как эффективность, доступность и качество предоставляемых услуг.

Проект в сфере государственного управления может включать множество аспектов, таких как реформы, цифровизация услуг, улучшение взаимодействия с гражданами и т.д. Рассмотрим

пример проекта, направленного на цифровизацию государственных услуг, и проанализируем его стадии реализации и успешность.

Стадии реализации проекта

1. Инициация

- Определение проблемы (например, низкая доступность государственных услуг).
- Формирование команды проекта.
- Проведение анализа заинтересованных сторон.

2. Планирование

- Разработка стратегического плана.
- Определение целей и задач.
- Оценка ресурсов и бюджета.

3. Реализация

- Разработка программного обеспечения.
- Обучение сотрудников.
- Запуск пилотных проектов.

4. Мониторинг и контроль

- Сбор данных о выполнении проекта.
- Оценка удовлетворенности пользователей.
- Корректировка стратегии при необходимости.

5. Завершение

- Подведение итогов.
- Оценка успешности проекта.
- Подготовка отчетов и рекомендаций для будущих инициатив.

Анализ успешности

Российские практики

- Госуслуги: Платформа «Госуслуги» является ярким примером успешной цифровизации. Успех измеряется по количеству пользователей, сокращению времени на получение услуг и повышению удовлетворенности граждан.

- Электронный документооборот: Внедрение систем электронного документооборота в государственных учреждениях позволило значительно сократить время обработки документов.

Зарубежные практики

- Эстония: Эстония считается одним из лидеров в области цифровизации. Проект e-Residency позволяет иностранцам открывать бизнес в стране, что привело к увеличению инвестиций и улучшению имиджа страны.

- Сингапур: Программа Smart Nation включает в себя множество инициатив по интеграции технологий в повседневную жизнь граждан, что повысило качество жизни и эффективность госуправления.

Критерии успешности

1. Доступность услуг: Увеличение числа пользователей и снижение времени ожидания.
2. Качество услуг: Оценка удовлетворенности граждан через опросы и отзывы.
3. Экономическая эффективность: Снижение затрат на предоставление услуг.
4. Инновационность: Внедрение новых технологий и подходов.

Анализ успешности проектов в сфере государственного управления требует комплексного подхода и учета различных факторов. Как российские, так и зарубежные практики показывают, что цифровизация может значительно улучшить качество предоставляемых услуг, но для достижения устойчивого успеха необходимо постоянно адаптироваться к изменениям в потребностях граждан и технологиях.

Библиографический список

1. Абрамкина С.Р., Владыкина Л.Б., Лукин А.Н. (2023). Использование проектного метода в государственном и муниципальном управлении: от декларирования к результативности // Социум и власть. № 2 (76). С. 37-45.
2. Горб В.Г. Реализация проектного принципа в государственном и муниципальном управлении // Муниципалитет: экономика и управление. 2022. №4 (33).
3. Проектное управление в органах власти: Учебник и практикум для вузов / Н.С. Гегедюш [и др.] ; ответственный редактор Н.С. Гегедюш. 2-е изд. М.: Издательство «Юрайт», 2023. 186 с.

ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

*Варагян О.Г., бакалавр 2-го курса,
Научный руководитель: Костина О.И., профессор д.э.н.
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация: Данная статья посвящена анализу денежно-кредитной политики (ДКП) государства и ее многогранному влиянию на национальную экономику. Глобализация существенно усложнила задачу проведения эффективной ДКП, поэтому её влияние рассматривается отдельно, также изучаются инструменты и методы и определяются тенденции развития.

Ключевые слова: денежно-кредитная политика, глобализация, денежно-кредитное регулирования, цели, методы, инструменты, центральный банк.

MONETARY POLICY OF RUSSIA IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

*Varagyan O.G. Bachelor of the 2nd year,
Scientific supervisor: Kostina O.I., Professor, Doctor of Economics
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract: This article is devoted to the analysis of the monetary policy of the state and its multifaceted impact on the national economy. Globalization has significantly complicated the task of conducting an effective PREP, so its impact is considered separately, tools and methods are also studied and development trends are determined.

Keywords: monetary policy, globalization, monetary regulation, goals, methods, tools, central bank.

Денежно-кредитная политика (ДКП) государства, особенно в условиях глобализации, представляет собой одну из ключевых тем для изучения в области экономической теории. Она охватывает широкий спектр вопросов, связанных с управлением денежной массой, процентными ставками, инфляцией и общими экономическими условиями. Важно отметить, что ДКП не существует в вакууме; она активно взаимодействует с другими аспектами экономической политики и подвержена влиянию внешних факторов, таких как глобализация и международные финансовые кризисы.

Эволюция ДКП в России за последние два десятилетия включает в себя не только адаптацию к внешним вызовам, но и внутренние реформы, направленные на укрепление финансовой системы и повышение устойчивости экономики. Глобализация, с одной стороны, открывает новые возможности для стран, позволяя им интегрироваться в мировую экономику, привлекать инвестиции и развивать экспорт. С другой стороны, она также создает новые риски и вызовы, такие как финансовая зависимость от внешних рынков и уязвимость к международным кризисам.

В условиях глобализации российская экономика стала более открытой, но и более подверженной внешним шокам. Это требует от государственных органов более активного и продуманного подхода к формированию ДКП. Денежно-кредитная политика государства должна учитывать не только текущие экономические условия, но и долгосрочные цели, такие как устойчивый экономический рост, снижение уровня безработицы и обеспечение социальной стабильности. Продуманная государственная кредитная политика способна существенно влиять на взаимодействие различных экономических субъектов. Взаимодействие, стимулируемое грамотной ДКП, охватывает предприятия малого, среднего и крупного бизнеса, банковский сектор, включая как крупные системообразующие банки, так и специализированные кредитные учреждения, а также домохозяйства, являющиеся ключевыми потребителями кредитов. Взаимодействия важны для решения социально-экономических проблем.

Анализ существующей литературы по денежно-кредитной политике (ДКП) указывает на то, что, несмотря на сформировавшуюся теоретическую базу, ряд важных аспектов остаются недостаточно изученными в российской экономической науке и слабо применяются на практике. В частности, вопросы оптимизации эффективности ДКП, влияние современных глобальных факторов и технологических трендов на её инструменты и, что особенно важно, адекватность существующего инструментария современным экономическим реалиям требуют более глубокого исследования. Нынешняя ситуация, характеризующаяся возрастающей взаимосвязанностью

мировых экономик, быстрым технологическим прогрессом и усилением влияния геополитических факторов, делает традиционные подходы к ДКП всё менее эффективными.

ДКП является частью государственной экономической политики, целью которой выступает повышение благосостояния российских граждан. Основной целью ДКП и основной функцией Банка России является защита и обеспечение устойчивости рубля. В то же время, в Законе о Банке России данная цель прописана достаточно ясно, устойчивость рубля достигается при помощи поддержания ценовой стабильности, в том числе для формирования условий устойчивого экономического роста. Из этого следует, что стабильность национальной валюты не ограничивается закреплением ее курса на определенном уровне по отношению к валютам других стран, а добывается с помощью сохранения и поддержания покупательной способности рубля, его неизменности.

В период с 2014 г. российская экономика столкнулась с последствиями экономических санкций, введенных западными странами. Снижение цен на нефть в 2014 году и последующее сохранение их на низком уровне оказали значительное давление на бюджет и экономический рост. Растущая зависимость экономики от сырьевого сектора и недостаточная степень диверсификации привели к уязвимости перед внешними шоками. В условиях ограниченного доступа к международным финансовым рынкам и необходимости рефинансирования внешнего долга экономика испытывала дефицит ликвидности. В результате, в стране наблюдались высокий уровень инфляции, нестабильность рубля и увеличение социальных и экономических напряжений, которые оказали влияние на уровень жизни населения. Стратегии импортозамещения и попытки расширения внутренних производств не смогли полностью компенсировать негативные последствия от санкций и глобальных экономических вызовов.

С 2015 года Банк России перешёл к режиму свободно плавающего валютного курса, следуя классификации Международного валютного фонда (МВФ). Это означает принципиальный отказ от активных и регулярных валютных интервенций, направленных на искусственное поддержание определённого уровня курса рубля. Курс рубля достаточно чувствителен к колебаниям цен на нефть и к геополитической ситуации. Поэтому, хотя режим свободно плавающего курса позволяет более адекватно отражать реальные экономические процессы, он также создаёт дополнительные риски для российской экономики.

Для российской экономики последних двух десятилетий характерен значительный рост денежной массы. Например, денежный агрегат М2 увеличился с 714,6 млрд рублей в 2000 году до 107,6 трлн рублей на октябрь 2024. Основным фактором этого процесса стали крупные валютные поступления от экспорта сырьевых товаров. Одновременно с этим происходила девальвация рубля, что оказывало влияние на уровень инфляции. Банк России активно наращивал предложение денег и золотовалютные резервы, однако уровень монетизации экономики оставался низким.

На 2023 год показатели монетизации экономики России остаются заметно ниже мировых средних значений. Так, в России уровень монетизации (соотношение денежной массы к ВВП) оценивается в диапазоне 57 %. Для сравнения, в Китае и Японии эти показатели составляют около 200 % и 250 % соответственно, в США – 90 %, в Бразилии – около 80 %. Средний уровень монетизации экономики в мире составляет примерно 125 %. Примечательно, что страны с высокой монетизацией, такие как Китай и Япония, при этом демонстрируют низкий уровень инфляции (например, в Китае инфляция в 2022 году составила 0,2 %, а в Японии – 3,2 %).

Банк России активно применяет инструменты денежно-кредитной политики (ДКП) для достижения своей инфляционной цели. Основным элементом этой системы является ключевая ставка, которая служит ориентиром для других процентных ставок в экономике. (рис. 1) Совет директоров Банка России проводит регулярные заседания, на которых обсуждаются и принимаются решения о текущем уровне ключевой процентной ставки и других параметрах денежно-кредитной политики (ДКП). Эти заседания являются важным инструментом для оперативного реагирования на изменения в экономической ситуации страны. В условиях динамично меняющейся экономики, такие меры позволяют Банку России адаптироваться к новым вызовам и обеспечивать стабильность финансовой системы. На сегодняшний день Банк России придерживается режима таргетирования инфляции. Это означает, что одной из главных задач центрального банка является обеспечение ценовой стабильности. В рамках этой стратегии Банк России стремится поддерживать уровень инфляции вблизи 4%. Такой уровень инфляции считается оптимальным для устойчивого экономического роста, поскольку он создает предсказуемую макроэкономическую среду для бизнеса и потребителей. Для достижения поставленной цели Банк

России самостоятельно разрабатывает стратегии и выбирает инструменты, которые будут использоваться в процессе управления денежно-кредитной политикой.

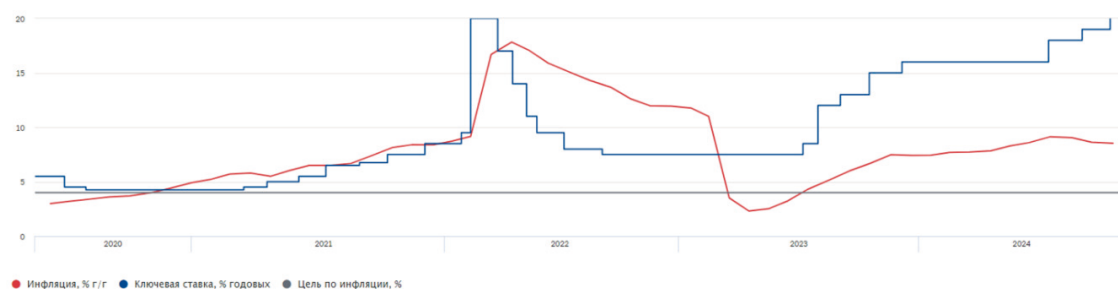


Рисунок 1. Ключевая ставка Банка России и инфляция

Сценарии макроэкономического развития и денежно-кредитной политики в 2024–2026 годах в России.

В 2023–2024 годах российская экономика демонстрировала свою способность адаптироваться к внешним вызовам, включая санкции и геополитическую нестабильность. Реакция Правительства Российской Федерации и Банка России на эти вызовы позволила не только стабилизировать экономическую ситуацию, но и добиться определенного восстановления. В условиях, когда внутренний спрос, как потребительский, так и инвестиционный, значительно возрос, экономика столкнулась с ограничениями своих производственных мощностей. Это создало новые вызовы для поддержания ценовой стабильности и контроля инфляции.

Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики (ОНЕГДКП) на 2024–2026 годы содержат в себе базовый и три альтернативных сценария макроэкономического развития. Каждый из них имеет свои особенности и предполагает различные подходы к денежно-кредитной политике, что важно учитывать при планировании экономической стратегии на ближайшие годы.

Базовый сценарий, который был одобрен Советом директоров Банка России, основан на предположении, что мировая экономика продолжит развиваться, несмотря на высокие процентные ставки, а спрос на российский экспорт останется на стабильном уровне. Однако санкционные ограничения, вводимые против России, будут продолжать сдерживать внешнеэкономическую деятельность, увеличивая транзакционные издержки для отечественных компаний.

Это предполагает, что в условиях высоких цен на энергоносители и сырьевые товары, а также роста внутреннего спроса, экономика будет испытывать давление на цены, что потребует активных действий со стороны Центрального банка для контроля инфляции. Важно отметить, что в этом сценарии также учитываются возможные колебания на международных рынках, которые могут оказать влияние на российский экспорт и импорт.

Альтернативные сценарии.

1) Сценарий "Дезинфляционный"

Этот сценарий предполагает значительный рост инвестиций в основной капитал и повышение производительности труда. В результате этих факторов происходит расширение предложения товаров и услуг, что позволяет удовлетворить растущий внутренний спрос и тем самым снизить инфляционное давление. При этом Банк России может начать смягчение денежно-кредитной политики раньше, чем в базовом сценарии, что будет способствовать более активному восстановлению экономики.

2) Сценарий "Проинфляционный"

Ожидается сохранение устойчиво высокого спроса, поддерживаемого государственными расходами и льготными программами кредитования. Однако рост спроса опережает производственные возможности, что ведет к удорожанию импортной продукции и усилению инфляционного давления. Реакция Банка России в данном сценарии предполагает ужесточение ДКП.

3) Сценарий "Рисковый"

Этот сценарий учитывает возможный финансовый кризис в мире, вызванный высокими процентными ставками и дисбалансами на финансовых рынках. Для российской экономики это приведет к усилению санкционного давления, росту издержек и снижению экономического потенциала.

Глобализация, как сложный и многоаспектный процесс, оказывает значительное влияние на экономику, культуру и социальные структуры стран. Однако выгоды и негативные последствия этого явления распределяются крайне неравномерно между различными участниками. С одной стороны, глобализация способствует росту благосостояния, увеличению доходов, повышению производительности и снижению затрат на производство. С другой стороны, за этими преимуществами скрываются серьезные риски и неопределенности. Например, многие развивающиеся страны сталкиваются с проблемами неравенства, когда богатство сосредоточивается в руках узкой группы людей, в то время как широкие слои населения остаются в бедности. Это создает социальные напряжения и может привести к конфликтам.

В связи с этими вызовами возникает необходимость внедрения новых механизмов, направленных на балансировку интересов различных сторон.

Кроме того, необходимо активно работать над снижением и устранением конфликтов, возникающих из-за экономической конкуренции. Важным аспектом является и внедрение санкций и мер против тех, кто нарушает общепринятые правила ведения бизнеса. Это поможет создать более справедливые условия для всех участников глобального рынка.

Библиографический список

1. «Конституция Российской Федерации» от 12.12.1993.
2. Федеральный закон № 86-ФЗ от 10.07.2002 «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)»
3. Доклад о денежно-кредитной политике. № 4. Октябрь 2023. Москва. Банк России. 2023.
4. Доклад о денежно-кредитной политике. № 4. Ноябрь 2023. Москва. Банк России. 2023.
5. Данные Банка России. [Электронный ресурс] URL: <http://www.cbr.ru>.

УДК 336.02

ВАЛЮТНЫЙ КУРС КАК ИНСТРУМЕНТ РЕГУЛИРОВАНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИИ

Восканян М.Х., Харитонов Е.А., бакалавр 3-ого курса

Научный руководитель: Костина О.И., к.э.н., профессор кафедры "Экономика, финансы и гуманитарные дисциплины"

Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация. В статье рассказывается о влиянии дружественных стран на экономику России, а также проводится анализ ведения внешнеторговой деятельности и выявление возможных рисков и перспектив

Ключевые слова: курсы валют, иностранная валюта, внешняя торговля, товарооборот, национальная экономика, Турецкая лира, Китайский юань, Белорусский рубль

THE EXCHANGE RATE AS A TOOL FOR REGULATING RUSSIA'S FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY

Voskanyan M.H., Kharitonova E.A., Bachelor of the 2nd year

Scientific supervisor: **O.I. Kostina**, Ph.D. in Economics, Professor of the Department of Economics, Finance and Humanities, Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Annotation. The article describes the impact of friendly countries on the Russian economy, as well as analyzes the conduct of foreign trade activities and identifies possible risks and prospects

Keywords: exchange rates, foreign currency, foreign trade, trade turnover, national economy, Turkish lira, Chinese yuan, Belarusian ruble

Внешнеторговая деятельность является важным фактором для развития экономики любого государства. Внешнеторговую деятельность России в настоящее время можно считать высокоэффективной. Не смотря на введение продолжительных санкций от «недружественных» стран, Россия продолжает расширять своё влияние на внешнем рынке, ориентируясь на развитие перспективного и взаимовыгодного сотрудничества со странами Юго-Восточной Азии, ОАЭ и Ближнего зарубежья.

По итогам 2023 года доля дружественных стран во внешней торговле России составляет более 75%. В число стран-партнеров в развитии экономических отношений как в одностороннем, так и в многостороннем формате, входят Армения, Индия, Гонконг, Белоруссия, Китай, Казахстан,

Южная Корея, КНР и так далее. По данным Федеральной Таможенной Службы товарооборот в России за 2023 год составил 710,1 млрд. долларов. Из них 51 % - страны Азии, 21 % - страны Европы, 8% - страны ближнего зарубежья, 4 % - Американские страны, 3 % - страны Африки. В список стран-лидеров, на которые приходятся 60 % всего товарооборота России вошли Китай, Индия, Турция, Белоруссия и Казахстан.

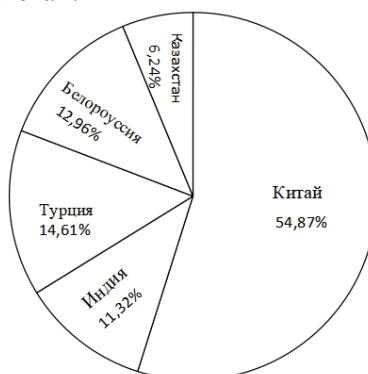


Рисунок 1. Круговая диаграмма товарооборота дружественных стран с Россией за 2021 - 2023 гг.

Лидером товарооборота с Россией последние три года остается Китай с преобладающим объемом в 240,1 млрд. долларов на конец 2023 года. Доля Китая в российском импорте составила 41 %, а в экспорте - 26 %. Основными статьями стали импорта стали бытовая электроника, техника, промышленное оборудование и транспортные средства. Для Китая Россия в настоящий период остается менее значимым партнёром, по сравнению со странами Европейского Союза и США. На импорт российских товаров в Китай пришлось менее 10%. В основном это нефть и нефтепродукты. Также почти равные доли в объеме товарооборота с Россией занимают Белоруссия и Турция. На долю Турции за последние три года приходится в среднем около 50,6 млрд. долларов. Турция является важным стратегическим партнером для России. В основе торговых отношений между этими странами лежит российский экспорт. Основной объем экспорта в Турцию приходится на энергетические товары, продукцию сельского хозяйства, химической промышленности, а также отдельных видов металлопродукции, что связано с последующим экспортом этих продуктов из Турции в страны Европейского союза. Доля Белоруссии в объеме товарооборота с Россией за последние три года составила около 44,93 млрд. долларов. Экспорт составил 49% оборота - за счёт поставок нефти, нефтепродуктов, топлива и продуктов питания, а на импорт пришлось около 41% - за счёт поставок техники, пиломатериалов и текстиля. Наименьшую часть в товарообороте с Россией Индия и Казахстан. Совокупный объем торговли с Индией за последние три года составил около 39 млрд. доллар. Наибольшая часть приходится на российский экспорт (около 60%) в основном за счёт поставок нефтепродуктов, угля и удобрений, оставшиеся 40% процентов приходятся на импорт лекарственных средств, технического оборудования и продуктов питания. На Казахстан приходится 21,63 млрд. долларов совокупного объема товарооборота с Россией. Доля российского импорта составила около 60% - за счёт поставок продуктов животного и растительного происхождения, а доля экспорта составила 40% - за счёт поставок нефтепродуктов, машин и технического оборудования.

Одним из главных факторов осуществления внешнеторговой деятельности государств выступает валютный курс. Валютный курс представляет собой цену приобретения денежной единицы одной страны, которая выражена в денежной единице другой страны и устанавливается на мировом валютном рынке, в результате свободного взаимодействия денежных единиц. Оказывая влияние на показатели международной торговли валютный курс устанавливает определённые уровни цен для стран-импортёров и стран-экспортёров. Снижение курса национальной валюты по отношению к другим валютам удешевляет экспортируемые товары для иностранных покупателей, что в результате повышает спрос на эти товары и наоборот при укреплении национальной валюты на экспортируемые товары, происходит снижение спроса на них. Единого валютного курса в рыночной экономике не существует. Страны самостоятельно выбирают в какой валюте осуществлять торговые отношения. В настоящее время основной валютой для сделок между странами является американский доллар, однако Россия постепенно уходит в сторону от этого, осуществляя торговлю в национальной валюте. В связи с этим возникают определённые риски как для страны импортера, так и для страны-экспортера. Если

валютные курсы начинают сильные колебания, то такая ситуация вызывает нестабильность в дальнейшем ведении торговли. Одни страны могут выиграть на этих изменениях, в то время как другие получить серьёзные убытки.

Так как главные позиции в торговых отношениях с Россией занимают Китай, Белоруссия и Турция, то в связи с нестабильной экономической ситуацией в мире и нельзя не упомянуть возможные риски и дальнейшие перспективы продолжения дальнейшего содружества с данными странами, так как в процессе осуществления внешнеторговой деятельности странам зачастую вместо национальной приходится использовать иностранную валюту при совершении обмена товарами. Оценить возможные риски и перспективы влияния стран лидеров товарооборота на экономику России возможно проанализировав курс валют данных стран по отношению к российскому рублю.

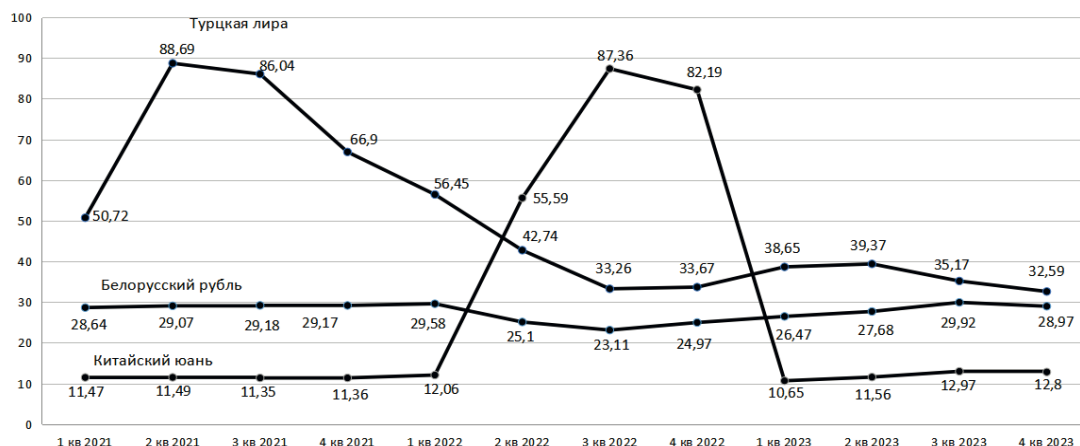


Рисунок 2. График динамики курса валют дружественных стран 2021 - 2023 гг.

Динамика валютных курсов данных стран за последние три года (2021 - 2023 гг.) предоставленная на рисунке 2, позволяет предположить развитие дальнейших торговых отношений, а также оценить возможное влияние на импорт и экспорт. Сравнив показатели китайской национальной валюты(юань)по отношению к российскому рублю можно увидеть, что за 2021 год динамика курса стабильна в пределах 11 - 12 рублей, однако с 1 квартала 2022 года наблюдается резкие колебания. Несмотря на стремительный рост до максимального значения 87 рубля за юань, и такого же стремительного спада до 10 рублей за юань, с 1 квартала 2023 года наблюдается динамичный рост, сохраняя положительную динамику до конца исследуемого периода. Не смотря на резкий скачок, а в 2022 году, в настоящее время динамика данной валюты продолжает сохранять стабильно низкий уровень, что является положительным для экономики России как в плане импорта, так и в плане экспорта. Также за 2021 - 2023 гг. наблюдается нестабильный курс валют у турецкой национальной валюты(лира). С начала исследуемого периода валюта имеет два периода положительной тенденции возрастания лиры - с 1 квартала 2021 года до 2 квартала 2021 года, где достиг максимального размера в 88 рубля и с 3 квартала 2022 года до 2 квартала 2023 года в размере до 39 рублей. Однако в остальных периодах лира имела тенденцию уменьшения и в конце исследуемого периода достиг минимального размера в 32 рубля за последние три года. Динамику турецкой валюты нельзя назвать стабильной, так как её курс постоянно изменяется. В дальнейшем для России могут возникнуть определённые риски в торговле с Турцией, так как между данными странами преобладает российский экспорт нефти и нефтепродуктов. Если в дальнейшем курс данной валюты пойдет на увеличение, то это может повлиять на снижение спроса на импорт российской нефти и нефтепродуктов. В отличие от двух стран курс белорусской национальной валюты (белорусский рубль) имеет стабильную динамику, где минимальный размер достиг отметки 23 рубля, а максимальной - 29 рублей. Так как в торговле между Россией и Белоруссией на импорт и экспорт приходится почти равное соотношение, то развитие дальнейших торговых отношений является наиболее благоприятным для экономики России. По данным Центрального Банка Российской Федерации 30 декабря 2023 года, установил размер курс валют в рублях: 12 рублей - 1 Китайский юань, 30 рублей - 1 Турецкая лира, 28 рублей - 1 Белорусский рубль.

В результате проведения данного анализа можно сделать выводы о том, что наиболее перспективными странами для ведения дальнейших торговых отношений являются Белоруссия и Китай, так как данные страны сохраняют стабильно низкий курс национальных валют по отношению к рублю, что позволяет вести эффективную торговлю и позволяет получить определённые экономические выгоды. Продолжение дальнейших торговых отношений с Турцией имеет определённые риски в силу того, что курс турецкой национальной валюты нестабилен и вероятно в дальнейшем будет сохранять нестабильность, что может в дальнейшем оказать негативное влияние на российский экспорт. Ведение торговли в национальной валюте позволит России в дальнейшем ослабить влияние американского доллара и давления со стороны США.

Библиографический список

1. Арустамов Э.А. Внешнеэкономическая деятельность: учебник / Э.А. Арустамов, Р.С. Андреева. М.: КНОРУС, 2021. - 168 с.
2. Внешнеэкономическая стратегия России в условиях глобализации // Мировая экономика и междунар. отношения. 2023. N 3. С.24-39.
3. Козырин А.Н. Валютный контроль внешнеторговой деятельности. М., 2003.
4. Костина О.И. Цифровой рубль: новая эра денежных технологий / Костина О.И., Кузина Н.С., Давыдова А.В. // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2024. № 3-2. С. 215-219
5. Костина О.И. Внедрение цифрового рубля в России: анализ, опыт, перспективы / Костина О.И., Семушкин Д.Ю., Гуньков Я.В. // Финансы. 2024. № 3. С.58-64
6. Костина О.И. Влияние социально-экономических факторов на финансовую безопасность труда / Костина О.И., Муравьев А.Д. // В сборнике: Актуальные вопросы устойчивого развития регионов, отраслей, предприятий. материалы Международной научно-практической конференции. В 4-х томах. Тюмень, 2023. С. 503-506.
7. Официальный сайт Министерства Экономического развития Российской Федерации [электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/vneshneekonomicheskaya_deyatelnost/ (дата обращения 23.09.2024)
8. Официальный сайт Федеральной таможенной службы [электронный ресурс]. URL: <https://customs.gov.ru/> (дата обращения 23.09.2024)
9. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации [электронный ресурс]. URL: <https://cbr.ru/> (дата обращения 25.09.2024)

УДК 336.71

ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ КАК КЛЮЧЕВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

*Гончар Н.В. магистрант 1-го курса
Научный руководитель: Ерохина В.Н., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация. В статье рассматривается методологическая база, реализуемая для защиты прав потребителей финансовых услуг в Российской Федерации в рамках национального проекта по повышению финансовой грамотности. Изучено понятие и виды ключевых финансовых услуг. Проанализированы ключевые государственные институты, осуществляющие поддержку потребителей финансовых услуг, а также актуальные статистические данные по количеству обработанных жалоб на качество предоставляемых финансовых услуг.

Ключевые слова: финансовая грамотность, защита прав потребителей, финансовое мошенничество, финансовые организации, жалобы, обращения.

PROTECTION OF THE RIGHTS OF CONSUMERS OF FINANCIAL SERVICES AS A KEY COMPONENT OF IMPROVING THE LEVEL OF FINANCIAL LITERACY OF THE POPULATION OF THE RUSSIAN FEDERATION

*Gonchar N.V. 1st year undergraduate student
Scientific supervisor: V.N. Erokhina, Candidate of Economics, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. The article examines the methodological framework implemented to protect the rights of consumers of financial services in the Russian Federation within the framework of the national project to improve financial

literacy. The concept and types of key financial services are studied. The key state institutions providing support to consumers of financial services are analyzed, as well as up-to-date statistical data on the number of complaints processed about the quality of financial services provided.

Keywords: financial literacy, consumer protection, financial fraud, financial organizations, complaints, appeals.

В современных условиях развития экономической системы Российской Федерации, а также человеческого капитала, который самым непосредственным образом стимулирует движение российской экономики, все более важную роль в жизни людей стали занимать денежные средства. С учетом актуального на сегодняшний день динамичного роста цен на все категории представленной на рынке продукции, повышением процентных ставок по кредитованию (как в области автокредитов и ипотечных программ, так и классических потребительских кредитов), а также, в целом, наличия очевидной тенденции к достижению финансовой самореализации и независимости, российские граждане на постоянной основе стремятся повысить свой уровень заработка различными способами, начиная с продвижения по карьерной лестнице на привычном месте работы и заканчивая разработкой и реализацией собственных путей заработка (например, запуск бизнеса). В данном случае денежные средства сопровождают человека на протяжении всей его сознательной жизни: они базисно нужны для поддержания собственной жизнедеятельности и обеспечения себя товарами первой необходимости, они требуются для вложений в профессиональную и личностную самореализацию (прохождение обучений, курсов повышения квалификации, приобретение тематических книг и практических тренингов и др.) и именно данный аспект обуславливает потребность в развитии уровня финансовой грамотности населения и его отдельных составляющих, которые, хоть и являются составными частями, но, при этом, могут в значительной степени влиять, как минимум, на способность людьми корректно и эффективно распоряжаться своими деньгами, а как максимум помогать гиперболизировать свои финансовые активы.

Актуальность рассматриваемой тематики обуславливается, как было указано ранее, тем фактом, что деньги действительно являются несменяемым проводником в жизни абсолютного каждого человека и подавляющее большинство граждан, в рамках своей рабочей деловой активности или же просто жизненного пути, в той или иной степени взаимодействуют с финансовыми организациями. Финансовые организации, выступающие в качестве посредника между клиентом и любой проводимой финансовой транзакцией, могут недобросовестно осуществлять свои рабочие функции или же просто совершать ошибки ввиду серверных сбоев цифровизированных финансовых операций, либо из-за человеческого фактора (т.к. несмотря на глобальную цифровую трансформацию огромного количества финансовых операций, их обеспечением все еще занимаются живые сотрудники). Так, ввиду наличия риска возникновения подобных ситуаций в рамках направления финансовой грамотности заложен один раздел, посвященный защите прав потребителей финансовых услуг, позволяющий людям, ставшими жертвами ненадлежащего финансового обслуживания, урегулировать данный конфликт без каких-либо негативных последствий для них в дальнейшем.

Для более предметного разбора принципа работы механизмов по защите прав потребителей финансовых услуг, обратимся к терминологии, а именно, что представляют из себя финансовые услуги как экономическое явление в целом. Подробное и точное определение термина «финансовые услуги» представлено в Федеральном законе «О защите конкуренции» № 135-ФЗ, однако, обобщая, можно сказать, что финансовые услуги представляют собой услуги финансового посредничества, в которых посредником выступает финансовая организация [1]. Среди наиболее распространенных примеров финансовых услуг можно привести различные банковские услуги (расчетно-кассовые операции, привлечение денежных средств на накопительные счета и вклады, инкассация и др.), разнородное кредитование, факторинг, депозитарные услуги, страхование и т.д. Исходя из достаточно обширного перечня финансовых услуг, которые на сегодняшний день предлагаются людям, целесообразно выделить и виды финансовых организаций, которые данные услуги предоставляют: кредитные компании (банки), профессиональные участники рынка ценных бумаг, микрофинансовые организации, страховые компании и частные страховые брокеры, инвестиционные депозитарии и др. Однако, с учетом того, что подавляющее большинство данных организаций зачастую являются частными и, фактически, их деятельность регламентируется только внутренними распорядками хозяйственной деятельности, довольно часто это может порождать либо некорректные бизнес-процессы по оказанию финансовых услуг, либо целенаправленные мошеннические действия. И именно в подобных случаях возникает

необходимость понимания о возможности и способах защиты своих потребительских прав, как получателя сторонних финансовых услуг.

Защита прав потребителей финансовых услуг, как уже говорилось выше, является одним из ответвлений национального проекта, направленного на повышение финансовой грамотности россиян. Благодаря этому, данное направление имеет официальную государственную поддержку и обеспечивается посредством мониторинга и контроля со стороны государственных органов власти –Роспотребнадзор, Центральный банк РФ, Федеральная антимонопольная служба, Служба Банка России по защите прав потребителей финансовых услуг и миноритарных акционеров, а также, с недавнего времени, МВД России. Каждая из данных государственных служб сформулировала регламентированный функционал в области работы с нарушением финансовых потребительских прав:

1. Роспотребнадзор осуществляет проверки фактов соблюдения требований по защите прав потребителей в области совершаемых финансовых операций, применяет меры пресечения относительно нарушенных условий договоров по финансовым сделкам, осуществляет анализ и мониторинг корректности исполнения соответствующих обязательных требований по отношению финансовых организаций к клиентам и др.;

2. В обязательства ЦБ РФ по рассматриваемому вопросу входят такие полномочия, как контроль законности деятельности банковских организаций, регулирование и контроль деятельности некредитных финансовых организаций на российском финансовом рынке и др.;

3. Служба Банка России по защите прав потребителей финансовых услуг и миноритарных акционеров реализует принятие и рассмотрение поступающих жалоб от потребителей финансовых услуг, применяет соответствующие меры принуждения к организациям-нарушителям (за исключением кредитных организаций);

4. ФАС России реализует предотвращение и изъятие из публичных источников рекламных объявлений, распространяющих информацию о мошеннических финансовых махинациях или призывающих граждан совершать незаконные финансовые операции через частные финансовые компании.

5. МВД России принимает и берет в дальнейшую работу заявления о финансовом мошенничестве с предположительным наличием преступного умысла.

Таким образом защита прав потребителей финансовых услуг имеет уже сформированную устоявшуюся систему работы, позволяя не точно нивелировать поступающие обращения, а комплексно прорабатывать возникающие проблемы за счет официально закреплённого функционала за каждым отдельным государственным учреждением и существующего принципа взаимодействия между ними.

Несмотря на то, что разновидностей финансового мошенничества существует достаточно много (что подтверждает факт того, что в вопросах по урегулированию нарушений в области финансовых услуг задействовано столько органов государственной власти), наиболее частыми из них, согласно статистике, представленной на официальном портале Банка России, являются жалобы на работу кредитных организаций. (рис. 1) [2].



Рисунок 1. Количество жалоб на работу финансовых организаций за первое полугодие 2024г.

Опираясь на статистику, представленную на рисунке выше, можно отметить, что действительно наибольшее количество жалоб поступает именно на работу кредитных организаций (~155 тыс. жалоб и обращений за отчетный период), что обусловило раздвоение работы Центрального банка в рамках мониторинга за соблюдением финансово-потребительских прав клиентов со стороны кредитных организаций. Так, на сегодняшний день защита прав финансовых потребителей реализуется по двум ключевым направлениям: реактивному (непосредственная работа с поступающими жалобами и обращениями) и превентивному (инициативная деятельность Банка России в связке с иными уполномоченными органами власти по анализу деятельности функционирующих финансовых организаций на предмет законности и добросовестности). Результаты работы ЦБ РФ по двум данным направлениям за 2023г. (в сравнении с прошлым 2022г.) представлены на рисунке 2 [2].

Общее количество жалоб* ▼	Жалобы на банки по вопросам потребительского кредитования ▼	Жалобы на банки по вопросам ипотечного кредитования* ▼
325 тыс. 352,3 тыс. (2022)	38,9 тыс. 42,5 тыс. (2022)	11,5 тыс. 13,9 тыс. (2022)
Жалобы на мисселинг ▼	Жалобы на брокеров ▼	Жалобы на отказ в заключении договора ОСАГО ▼
2,3 тыс. 4,6 тыс. (2022)	3,7 тыс. 14,8 тыс. (2022)	1,1 тыс. 4,1 тыс. (2022)

Рисунок 2. Статистика обращений по вопросам защиты прав потребителей финансовых услуг за 2022-2023гг.

Опираясь на представленный выше рисунок, можно отметить снижение как общего количества поступивших жалоб (7,7% по сравнению с предыдущим 2022г.), так и жалоб по отдельным направлениям работы организаций финансового рынка, что подтверждает, во-первых, эффективность внедренной двухэтапной системы работы по защите прав потребителей, во-вторых, повышение показателя уровня корректности работы финансовых организаций вследствие более тщательного контроля со стороны главного финансового регулятора.

Таким образом, можно отметить, что несмотря на постоянное возникновение новых способов реализации финансового мошенничества со стороны финансовых организаций, количество обманутых потребителей медленными темпами, но все же уменьшается. Данный результат достигается посредством не только глобальной стимуляции финансового просвещения населения России, но и трудоемкой и многогранной работой профильных государственных органов, в специализацию которых входит мониторинг общей ситуации и контроль минимизации финансовых обманных схем. Конечно, область работы все еще остается достаточно обширной, однако, с учетом осуществляемой работы по распространению культуры финансовой грамотности среди потребителей, данный аспект постепенно регулируется и уже близится к плановым показателям, которые стремится достигнуть государство в лице органов, которые ежедневно рассматривают и обрабатывают сотни обращений от граждан, не только решая поступающие проблемы, но и обучают грамотному поведению для того, чтобы данные ситуации не повторялись в дальнейшем.

Библиографический список

1. О защите конкуренции: Федер. закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ [принят Государственной Думой 8 июля 2006г.: одобрен Советом Федерации 14 июля 2006г.] // Собрание законодательства РФ. – 2006. – № 31. – Ст. 3434
2. Центральный Банк РФ [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://cbr.ru/> (Дата обращения:

ЗАЩИТА НАСЛЕДСТВА: РОЛЬ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ В ПРЕДОТВРАЩЕНИИ СПОРОВ И МОШЕННИЧЕСТВА

*Дегтярева Д.Д., бакалавр 1-го курса
Научный руководитель: Кутепов О.Е., к.ю.н., доцент
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В данной статье рассматривается финансовая грамотность как важный аспект для наследников, включающий процедуры и условия управления наследством, полученным от умершего (наследодателя). Анализируются ключевые элементы финансового планирования, различные подходы к оценке активов и их распределению, а также роль финансовой грамотности в защите прав наследников. Приводятся примеры ситуаций, которые могут возникнуть в процессе наследования, и обсуждаются современные проблемы, связанные с недостаточной осведомленностью наследников о своих правах и обязанностях.

Ключевые слова: наследственные отношения, наследование, гражданское право, имущественные права, наследственные споры, финансовая грамотность.

INHERITANCE PROTECTION: THE ROLE OF FINANCIAL LITERACY IN PREVENTING DISPUTES AND FRAUD

*Degtyareva D.D., bachelor of the 1st year
Supervisor: Kutepov O.E., Candidate of Law, Associate Professor
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Annotation. This article examines financial literacy as an important aspect for heirs, including the procedures and conditions for managing the inheritance received from the deceased (testator). The key elements of financial planning, various approaches to asset valuation and distribution, as well as the role of financial literacy in protecting the rights of heirs are analyzed. Examples of situations that may arise in the process of inheritance are given, and modern problems related to the lack of awareness of heirs about their rights and obligations are discussed.

Keywords: inheritance relations, inheritance, civil law, property rights, inheritance disputes, financial literacy.

Финансовая грамотность становится важным аспектом для наследников, поскольку она охватывает процедуры и условия управления активами, полученными от умершего (наследодателя). Понимание основ финансового планирования, способов оценки активов и методов их распределения имеет решающее значение для защиты интересов наследников и предотвращения конфликтов в процессе наследования. В данной статье мы подробнее рассмотрим все ключевые элементы финансовой грамотности для наследников.

Наследственные отношения представляют собой важный и сложный институт гражданского права, который влияет на каждого человека. Рано или поздно мы все сталкиваемся с вопросами, связанными с наследованием нашего имущества. Эти отношения охватывают процедуры, условия и механизмы передачи имущественных прав и обязанностей от наследодателя к наследникам, а также права и обязанности, возникающие в этой связи. Сложность наследственных отношений часто приводит к конфликтам и спорам, что подчеркивает необходимость глубокого анализа наследственного законодательства [5].

Рассмотрим различные виды наследования, первым из которых является наследование по завещанию. Оно осуществляется на основании волеизъявления наследодателя, выраженного в письменной форме. Основные моменты, касающиеся завещания, представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные моменты наследования по завещанию

Основные моменты	Пояснение
Форма завещания	Закон требует, чтобы завещание было составлено в письменной форме и, как правило, нотариально удостоверено. Существует несколько типов завещаний: нотариальное, рукописное и закрытое.
Наследники	Наследодатель имеет право самостоятельно выбирать наследников и указывать их доли в наследстве. Он также может назначить условных наследников или исключить определенных лиц.
Оспаривание завещания	Существуют основания для оспаривания завещания,

	такие как недееспособность завещателя, влияние третьих лиц на завещателя и наличие ошибок в документах.
--	---

В отсутствие завещания наследование по закону происходит по правилам, установленным законом. Основные правила наследования по закону представлены на рисунке 1.

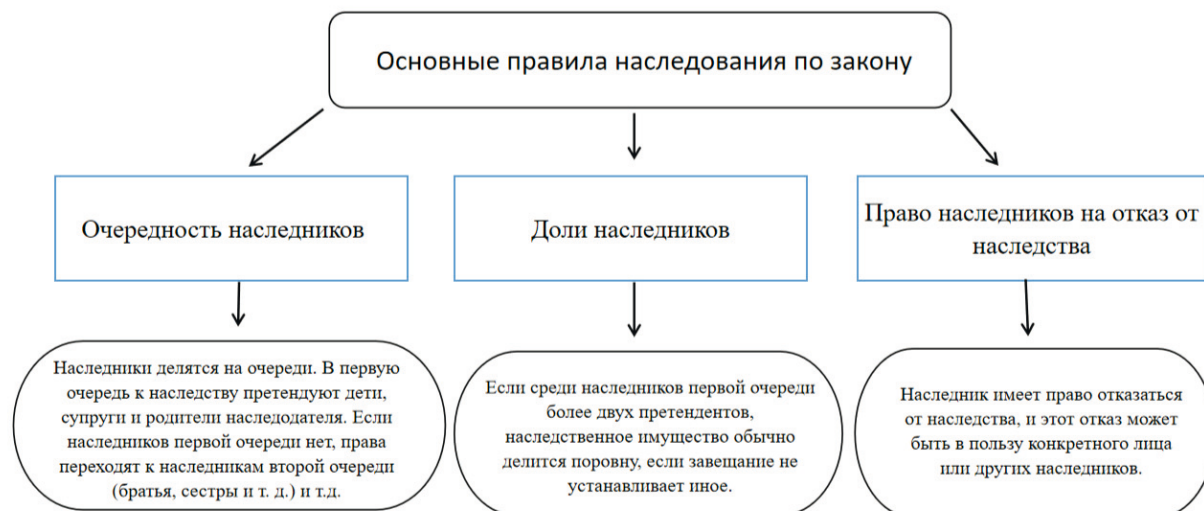


Рисунок 1. Основные правила наследования по закону.

Процесс наследования включает несколько этапов, каждый из которых имеет свою юридическую значимость. Наследство открывается в момент смерти наследодателя. Этот момент имеет юридическое значение, поскольку он является началом процесса перехода имущества. Открытие наследства фиксируется в реестре нотариусов, что позволяет назначить ответственного нотариуса для ведения наследственного дела [3].

Наследственные споры могут возникать по различным причинам:

1) Оспаривание завещания: Например, если кто-то из наследников считает, что завещание было составлено под давлением или в состоянии невменяемости наследодателя.

2) Раздел имущества: Конфликты могут возникать между наследниками на этапе дележа наследственного имущества, особенно если оно имеет значительную материальную ценность.

3) Преследование прав третьих лиц: Иногда возникают споры о наследстве между наследниками и кредиторами наследодателя, когда имущество используется для погашения долгов.

После получения наследства наследникам необходимо разработать финансовый план, который поможет эффективно управлять активами:

Далее приведены основы финансового планирования для них.

1. Анализ активов: Первым шагом следует провести детальный анализ всех активов, полученных в наследство, включая недвижимость, банковские счета, инвестиции и ценные бумаги. Учет всех активов позволяет представлять полную картину наследственного состояния.

2. Определение долговых обязательств: Необходимо также выявить задолженности наследодателя. Принятие наследства не освобождает наследников от обязательств по погашению долгов. Важно понимать, что ответственность наследников ограничивается только активами, которые они унаследовали.

3. Финансовое планирование: После оценки активов и обязательств наследникам следует разработать план по их управлению. Это может включать в себя создание бюджета, инвестиционные стратегии и распределение активов между наследниками с учетом их потребностей и желаний.

4. Оценка активов и распределение наследства

Правильная оценка активов – ключевой момент в управлении наследством:

Методы оценки: Существует несколько способов оценивания активов, включая рыночную, бухгалтерскую и доходную оценку. Важно выбрать наиболее подходящий метод в зависимости от типа активов [1].

Наследники могут столкнуться с вопросами о справедливом распределении активов. Четкое документирование пожеланий наследодателя и консультации с юристами помогут минимизировать возможные конфликты. Также наследники должны быть осведомлены о налоговых обязательствах, связанных с наследством. Понимание налоговых аспектов поможет избежать неприятных финансовых последствий.

Роль финансовой грамотности в защите прав наследников можно увидеть в таблице 2.

Таблица 2 – Влияние финансовой грамотности на защиту прав наследников

Права наследников	Избежание мошенничества	Консультации с профессионалами
1. Право на информацию	1. Осведомленность о мошеннических схемах	1. Обращение к юристам по наследственному праву
2. Право оспаривать завещание	2. Проверка предложений	2. Консультации с финансовыми экспертами
3. Право на равное распределение	3. Обучение финансовой грамотности	3. Команда поддержки

А) Права наследников: Наследники должны тщательно осознавать свои права и обязанности, поскольку это критически важно для эффективного управления наследственным имуществом и защиты своих интересов. Одним из ключевых аспектов является знание оснований, по которым завещание можно оспорить, таких как недееспособность наследодателя на момент составления завещания, отсутствие необходимых формальностей или принуждение. Если возникают сомнения в законности завещания, наследники имеют право обратиться в суд с соответствующим иском, где они могут представить доказательства для подтверждения своих требований. К тому же, наследники вправе получить доступ к информации о всех активах и обязательствах наследодателя, что позволяет им правильно оценить свое наследство и избежать финансовых проблем, связанных с уплатой долгов. Не менее важно, чтобы наследники понимали, что принятие наследства подразумевает как права, так и обязанности, включая необходимость погашения долгов в рамках унаследованных активов. Заглядывая в юридические и финансовые аспекты наследственных отношений, наследники должны рассмотреть возможность получения квалифицированной юридической помощи для грамотного разрешения возникших вопросов и защиты своих законных прав [4].

Б) Избежание мошенничества: Низкий уровень финансовой грамотности делает наследников особенно уязвимыми к мошенничеству, поскольку они могут не осознавать своих прав и механизмов управления наследственным имуществом, что может привести к манипуляциям со стороны недобросовестных третьих лиц. Мошенники часто используют неосведомленность наследников, предлагая им невыгодные сделки или вводя в заблуждение относительно реальной стоимости активов, что может привести к значительным финансовым потерям. Для защиты от таких ситуаций крайне важно, чтобы наследники были информированы о своих законных правах, процедурах, связанных с наследством, и способах проверки информации. Знание основных юридических и финансовых аспектов позволит наследникам уверенно определять, какие предложения стоит принимать, а какие могут маскировать мошеннические схемы. Также важно активно устанавливать контакт с профессионалами, такими как юристы и финансовые консультанты, которые могут предоставить надежную информацию и рекомендации, что поможет предотвратить мошеннические действия, а также защитить интересы наследников в процессе наследования.

В) Консультации с профессионалами: Обращение за консультациями к профессиональным финансовым консультантам и юристам по наследственному праву играет ключевую роль в процессе управления наследством, поскольку эти специалисты могут существенно облегчить наследникам сложные аспекты, связанные с правами и обязанностями. Благодаря своему опыту и знаниям, юристы помогут разобраться в юридических нюансах наследования, защитить интересы наследников, а также предотвратить возможные конфликты, возникающие из-за недопонимания или споров о завещании. Финансовые консультанты, в свою очередь, способны предоставить ценные советы по оценке активов, разработке стратегий их управления и распределения, а также

минимизации налоговых последствий, связанных с наследством. При наличии информации от профессионалов наследники могут избежать распространенных ошибок, таких как неверная оценка активов, неосведомленность о налоговых льготах или ненадлежащее оформление документов, что, в конечном счете, способствует более эффективному и выгодному управлению унаследованным имуществом и уменьшает риск конфликтов среди членов семьи [2].

Наследственные отношения занимают важное место в правовой системе, однако они могут быть сопряжены с множеством рисков и конфликтов. Для успешной реализации наследственных прав и предотвращения споров крайне важно правильно понимать этот институт и знать свои права и обязанности. Обычным гражданам и правозащитникам необходимо постоянно обновлять свои знания о действующем законодательстве и актуальной судебной практике. Также стоит отметить, что наследственные дела требуют высокой юридической осведомленности и внимательности, поскольку неправильные действия могут привести к нежелательным последствиям. Консультации с профессиональными юристами, а также углубленное изучение финансовых аспектов управления наследством могут значительно снизить риски и проблемы в наследственных отношениях, обеспечивая защиту наследственных прав. Финансовая грамотность становится не менее важной, поскольку она позволяет наследникам эффективно оценивать активы, планировать налоги и избегать мошеннических схем, что в конечном итоге содействует более уверенной и безопасной реализации своих законных прав.

Библиографический список

1. Алтухова Н.В. Количественная методика оценки аудитором риска мошенничества в аудируемой организации / Н. В. Алтухова, И. Н. Кулинич, О. А. Шпырко // Управленческий учет. 2019. № 11. С. 66-79.
2. Дендиберя М. Р. Анализ особенностей формирования комплаенс-системы страховой организации / М. Р. Дендиберя, А. Ю. Дендиберя // Экономика и предпринимательство. 2021. № 10. С. 1026-1030.
3. Маврина Л. Ключ к чужим деньгам / Л. Маврина // Эксперт. 2019. № 8. С. 50-52.
4. Пашенко Т.В. Выявление сокрытых активов при производстве судебно-бухгалтерской экспертизы / Т. В. Пашенко, Н. А. Шкляева // Аудит и финансовый анализ. 2019. № 4. С. 87-93.
5. Шульга И.Г. Как противодействовать мошенничеству / И. Г. Шульга // Стандарты и качество. 2021. № 1. С. 68-70. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1860855> (дата обращения: 15.11.2024).

УДК 336

ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ: ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ЛИЧНЫМИ ФИНАНСАМИ

Карапетян А.Г., бакалавр 2-го курса

*Научный руководитель: Костина О.И., профессор д.п.н.
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация: Статья рассматривает важность финансовой грамотности в современном мире. В ней рассматривается понятие финансовой грамотности, ее составляющие и как они влияют на принятие финансовых решений. Также рассматриваются основные принципы управления личными финансами и даются советы для повышения финансовой грамотности. Статья направлена на повышение осведомленности читателей о важности грамотного распределения своих денежных средств.

Ключевые слова: финансовая грамотность, финансы, инвестиции, вложения, кредит, налоги, доходы, расходы.

FINANCIAL LITERACY: THE BASIS FOR EFFECTIVE PERSONAL FINANCE MANAGEMENT

Karapetyan A.G., 2nd year Bachelor's degree

*Scientific supervisor: O.I. Kostina, Professor, PhD,
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract: The article " examines the importance of financial literacy in the modern world. It examines the concept of financial literacy, its components and how they affect financial decision-making. It also discusses the basic principles of personal finance management and provides tips for improving financial literacy. The article is aimed at raising readers' awareness of the importance of properly allocating their funds.

Keywords: financial literacy, finance, investments, investments, credit, taxes, income, expenses.

Финансовая грамотность – умение пользоваться деньгами. И ее отсутствие часто приводит к серьезным последствиям. Ведь, по информации ВЦИОМ, каждый третий житель России иногда

остается без денег до зарплаты, а каждый десятый сталкивается с нехваткой финансов постоянно. Но это происходит не из-за того, что у людей нет денег, а из-за неправильного распределения своего дохода. Повышение финансовой грамотности населения России – задача, актуальность которой выходит далеко за рамки простого улучшения личных финансов граждан. Она напрямую связана с устойчивостью и развитием всей национальной финансовой системы. Современная финансовая сфера характеризуется стремительной цифровизацией, включающей в себя онлайн-банкинг, инвестиционные платформы, криптовалюты и сложные финансовые инструменты, доступные каждому через смартфон. Параллельно с этим растёт количество мошеннических схем, использующих незнание пользователей цифровых технологий и финансовых инструментов. Отсутствие необходимых знаний и навыков у значительной части населения создаёт серьезные риски. Финансовой грамотности надо учиться. Если для детей уже предприняты меры по обучению их финансовой грамотности, то взрослые должны сами учиться этому.

Проблема финансовой грамотности.

Финансовая грамотность – это не просто умение правильно распределять бюджет, а комплекс знаний и навыков, позволяющих эффективно управлять своими финансами на протяжении всей жизни. Это ключ к достижению финансовой независимости и реализации жизненных целей, будь то покупка собственного жилья, образование детей или спокойная старость. Разумное управление личными финансами подразумевает не только планирование доходов и расходов, хотя и это – краеугольный камень процесса. Необходимо глубокое понимание структуры собственного бюджета, выделение приоритетных статей расходов и поиск возможностей для оптимизации затрат. Это включает в себя не только отказ от необязательных покупок, но и анализ тарифов на коммунальные услуги, мобильную связь, интернет, а также поиск более выгодных предложений от поставщиков товаров и услуг. Глобальный финансовый кризис 2008-2009 годов выявил острую необходимость повышения финансовой грамотности населения. Массовое столкновение граждан с нехваткой средств, отсутствием сбережений и стремительным ростом задолженности наглядно продемонстрировало уязвимость тех, кто не обладает базовыми знаниями в области финансов. Ситуация усугубляется стремительной цифровизацией и усложнением финансовой системы. Современные финансовые продукты, от сложных инвестиционных инструментов до микрокредитов с высокими процентными ставками, предлагаются в изобилии, часто с недостаточно понятной информацией о рисках. Это приводит к тому, что неподготовленные граждане принимают необдуманные решения, вкладывая деньги в непонятные схемы быстрого обогащения, или берут кредиты, не осознавая полной стоимости кредитной сделки, включая скрытые комиссии и штрафы. В результате, вместо улучшения финансового положения, они теряют свои сбережения, погружаясь еще глубже в долговую яму.

Приемлемым уровнем можно считать уровень, при котором люди смогут отстаивать свои интересы в процессе проведения финансовой операции. В России, стремясь к повышению уровня благосостояния граждан и стимулированию экономического роста, были предприняты масштабные усилия по развитию финансовой грамотности населения. Первым значимым шагом стала Национальная программа повышения финансовой грамотности населения РФ, принятая в 2009 году. Следующим этапом стала более целенаправленная программа «Стратегия повышения финансовой грамотности в РФ на 2017-2023 годы», разработанная Правительством РФ. Эта стратегия предусматривала более четкие цели, конкретные мероприятия и механизмы мониторинга результатов.

В 2020 г. Федеральным законом «О внесении изменений в Федеральный закон "О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)" и отдельные законодательные акты Российской Федерации в части особенностей изменения условий кредитного договора, договора займа» Банку России была вменена новая функция: повышение финансовой грамотности населения и субъектов малого и среднего предпринимательства. Для оценки эффективности реализуемых программ были проведены масштабные исследования. В одном из них приняли участие более 4000 респондентов в возрасте от 14 до 22 лет и старше, представляющих 207 населенных пунктов России. Такой обширный охват гарантировал представительность выборки и достоверность полученных результатов. Анализ данных позволил выявить динамику изменения уровня финансовой грамотности населения и определить направления для дальнейшего совершенствования программ. Результаты исследования продемонстрировали положительную динамику. С 2017 года наблюдается устойчивый рост финансовой грамотности по многим ключевым показателям. В период с 2020 по 2022 год было зафиксировано значительное улучшение понимания таких фундаментальных финансовых концепций, как процентные ставки,

инфляция, диверсификация инвестиций и управление личным бюджетом. Заметно выросло число людей, умеющих эффективно управлять личным бюджетом, жить по средствам, формировать денежный запас, и самостоятельно принимать важные финансовые решения без влияния внешних факторов или недобросовестной рекламы. Особо следует отметить улучшение показателей, связанных с ответственным отношением к задолженности – сокращение доли граждан, допускающих просрочки по кредитам и микрозаймам. Влияние сложной геополитической и экономической ситуации 2022 года также отразилось на результатах исследования. Несмотря на внешние вызовы, граждане продемонстрировали более осознанное финансовое поведение. Они стали чаще сравнивать предложения различных финансовых организаций перед заключением сделок, более тщательно анализировать условия кредитов и инвестиционных продуктов, а также демонстрируют большую самостоятельность в принятии решений. Это говорит о развитии критичного мышления и умении противостоять манипуляциям. Тем не менее, исследование выявило и некоторые негативные тенденции. Несмотря на рост финансовой грамотности, показатели, связанные с формированием сбережений, продемонстрировали снижение. В условиях экономической неопределенности многие граждане столкнулись с трудностями в долгосрочном финансовом планировании.



Рисунок 1. Динамика ключевых показателей финансовой грамотности

Центральный банк Российской Федерации (ЦБ РФ) продолжает работать над повышением уровня финансовой грамотности граждан РФ, используя многогранный подход, включающий как массовые мероприятия, так и создание долгосрочных структур. Первоначальные шаги включали в себя широкомасштабные кампании, такие как "Дни открытых дверей". Эти мероприятия проводились в различных форматах. Особое внимание уделялось вовлечению молодежи – будущего поколения потребителей финансовых услуг. ЦБ РФ активно сотрудничал с образовательными учреждениями, организуя специальные программы обучения и внедряя элементы финансовой грамотности в школьные и университетские курсы. Кроме того, была разработана и успешно реализуется программа поддержки пожилых людей в освоении цифровых финансовых сервисов. Для этого создаются волонтерские организации, члены которых предоставляют помощь пенсионерам, обучая их безопасному использованию банковских карт, мобильных приложений и онлайн-банкинга, помогая разобраться в сложных финансовых документах и избегать мошеннических схем. Эта программа особенно актуальна в свете стремительного развития цифровых технологий и перехода к безналичным расчетам.

Молодежь: бóльшая осознанность финансового поведения

За последние пять лет наблюдается значительный рост финансовой грамотности среди молодых людей в возрасте от 14 до 22 лет. Это разительно отличается от предыдущих трендов, где финансовая неграмотность была распространенным явлением среди этой возрастной группы.

Повышение уровня знаний напрямую связано с более осознанным подходом к управлению личными финансами. Молодое поколение демонстрирует выраженную склонность к долгосрочному планированию и накоплению средств, отдавая предпочтение сбережениям перед импульсивными тратами. За последние три года наблюдается бурный рост инвестиционной активности среди молодежи. Поразительный скачок: 23% респондентов в возрасте от 14 до 22 лет сообщили об участии в инвестиционных операциях, что значительно превосходит средний показатель по населению (11%). Это свидетельствует о растущем интересе молодого поколения к формированию капитала и привлечению дополнительных источников дохода. Однако, за видимым ростом скрывается ряд важных нюансов. Анализ данных показывает, что значительная часть открытых счетов является неактивной. Многие молодые люди, соблазнившись выгодными предложениями банков и брокерских компаний в рамках различных промоакций (например, бесплатное открытие счета, сниженные комиссии за первые операции, бонусные баллы), открывают инвестиционные счета, но впоследствии, по окончании действия этих акционных предложений, прекращают ими пользоваться. Это подразумевает необходимость более тщательной просветительской работы среди молодежи, акцентируя внимание не только на возможности инвестирования, но и на ответственном подходе к управлению личными финансами и долгосрочном планировании.



Рисунок 2. Показатели финансовой грамотности молодёжи

Цифровое финансовое поведение и практики киберзащиты.

Цифровые финансовые услуги получают все большее распространение среди молодежи. 91% молодых людей активно пользуются цифровыми финансовыми сервисами, что значительно выше, чем в общей популяции (66%). Это связано с удобством и доступностью онлайн-банкинга, мобильных платежных систем и других цифровых инструментов. Однако широкое использование цифровых технологий также создает новые риски, связанные с кибербезопасностью. Только 8% молодых людей не применяют никаких мер защиты своих финансов в Интернете, в то время как среди всего населения такой показатель составляет 19%. Это можно объяснить более высокой адаптивностью молодого поколения к цифровым технологиям и более активным использованием программ антивирусной защиты, аутентификации и других инструментов кибербезопасности.

Однако, возрастающая цифровизация финансов создает благоприятную среду для деятельности финансовых мошенников. В 2022 году Банк России выявил более 2000 мошеннических групп, действующих в социальных сетях, мобильных приложениях и мессенджерах.

Особую тревогу вызывает значительное увеличение числа жертв финансового мошенничества. Доля респондентов, сообщивших о финансовых потерях в результате обмана, выросла с 12% в 2020 году до 20% в 2022 году. Этот рост напрямую связан с увеличением количества случаев телефонного мошенничества.

Несмотря на рост числа жертв мошенничества, уровень осведомленности о существовании организаций, защищающих права потребителей финансовых услуг, остается относительно низким. В 2022 году лишь 51% респондентов заявили о своей осведомленности о таких организациях. Этот показатель незначительно изменился по сравнению с 2020 годом, что указывает на неэффективность существующих информационных кампаний. Тем не менее, если рассмотреть динамику за более длительный период, то можно заметить, что с 2017-2018 годов количество граждан, знающих о таких организациях, увеличилось на целую треть.

Проблема финансовой безграмотности затрагивает все слои населения, но особенно уязвимы люди старшего поколения, которые не всегда овладели современными технологиями и не способны ориентироваться в сложной информационной среде онлайн-банкинга и цифровых финансовых платформ. Молодые люди, хотя и более технологически подкованы, также часто принимают рискованные решения, поддаваясь инфлюенсер-маркетингу и обещаниям быстрой прибыли, не внимательно изучая мелкий шрифт договоров. Это приводит к распространению финансовых пирамид и других мошеннических схем. Необходимо активно пропагандировать финансовую грамотность с помощью различных каналов информации: образовательные программы в школах и вузах, специальные курсы и тренинги для взрослого населения, простые и доступные материалы в интернете и традиционных СМИ. В эти программы должны входить знания о личном бюджетировании, планировании расходов, сбережениях, инвестициях, кредитах и страховании. Особое внимание следует уделить обучению распознаванию мошеннических схем и защите своих финансовых данных в цифровой среде.

Внедрение практик финансовой грамотности в повседневную жизнь играет ключевую роль в предотвращении финансовых трудностей и достижении долгосрочных целей. Это может включать такие важные аспекты, как покупка недвижимости, обеспечение образования для детей или планирование комфортной старости. Финансовая грамотность позволяет людям более осознанно подходить к своим расходам, инвестициям и накоплениям, что в свою очередь способствует улучшению качества жизни.

Таким образом, внедрение практик финансовой грамотности в повседневную жизнь не только помогает избежать финансовых трудностей, но и способствует созданию более стабильного и процветающего общества, где каждый человек имеет возможность реализовать свои мечты и цели.

Библиографический список

1. Сычева-Передеро О.В. Финансовая грамотность : учебное пособие / О.В. Сычева-Передеро, О.В. Секлецова, И.В. Корчагина. Кемерово : КемГУ, 2021. 116 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/186377>
2. Исследование уровня финансовой грамотности: четвертый этап // Исследование уровня финансовой грамотности: четвертый этап : сайт. URL: https://cbr.ru/analytics/szpp/fin_literacy/fin_ed_4/
3. Распоряжение Правительства РФ от 25.09.2017 N 2039-р «Об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017 - 2023 годы» [Электронный ресурс]// КонсультантПлюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

УДК 159.9.316.6

ФИНАНСОВЫЕ ИГРЫ КАК ФАКТОР ВОВЛЕЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС

Петрова Г.В., бакалавр 4-го курса

*Научный руководитель: Денисова Е.В., старший преподаватель
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. в статье предлагается возможность использования финансовых игр как ресурса, который в силах повысить вовлеченность студентов в учебный процесс. В современных условиях и век цифровых технологий развитие университетов заставляет преподавателей искать новые ресурсы для эффективной организации образовательного процесса.

Ключевые слова: вовлеченность, вовлечение, студент, финансовые игры, образовательный процесс, мотивация.

FINANCIAL GAMES AS A FACTOR OF STUDENT INVOLVEMENT IN THE EDUCATIONAL PROCESS

Petrova G.V., 4th year bachelor

Supervisor: Denisova E.V., senior lecturer

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga

Abstract. The article proposes the possibility of using financial games as a resource that can increase student engagement in the educational process. In modern conditions and the age of digital technologies, the development of universities forces teachers to look for new resources for the effective organization of the educational process.

Keywords: engagement, involvement, student, financial games, educational process, motivation.

Проблема вовлеченности студентов активно исследуется в последние годы в отечественной социологии, психологии, философии.

Вовлеченность в обучение (англ. student engagement, или learner engagement) – это степень активного участия обучающихся во всем, что связано с освоением образовательной программы. Вовлечение – это конкретные действия, которые предпринимают организаторы обучения для того, чтобы повысить степень вовлеченности своей целевой аудитории.

В отличие от успеваемости, вовлеченность касается не столько формального соответствия некоторым ожиданиям от прогресса в образовательном пути, сколько психологических ресурсов, которые по своей воле и желанию вкладывает слушатель в обучение. Интерес образовательного сообщества к феномену вовлеченности – прямое свидетельство реализации подхода, ориентированного на слушателя. Поскольку современный образовательный процесс видится не как пассивное усвоение знаний, а активное изыскание, уровень вовлеченности – это индикатор степени активности обучающегося, его энтузиазма, любопытства и потребности в получении новых знаний. Вовлеченный слушатель – это активный участник образовательного процесса. Он выделяет время на обучение, соблюдает дедлайны, показывает впечатляющие результаты, активно участвует в обсуждениях и переносит знания на практику [1].

Можно выделить три аспекта проявления вовлеченности:

огнитивный аспект. Обучающиеся активно работают со своей стратегией обучения, подбирают способы освоения новой информации. Они проявляют инициативу, чтобы интегрировать новые знания в собственный контекст.

моциональный аспект. Обучающиеся чувствуют свою причастность к тому, что происходит в рамках программы (в противоположность состоянию отчуждения учебного труда, когда всё связанное с обучением воспринимается чуждым, нужным кому-то другому, но не самому обучающемуся), и испытывают эмоциональный комфорт и удовлетворенность.

оведенческий аспект. Обучающиеся выполняют задания, принимают участие в занятиях, активны в обсуждениях [3].

Все три аспекта работают вместе. Например, обучающийся может прилежно выполнять все задания и участвовать во всех мероприятиях программы, но без эмоциональной вовлеченности и активной работы с материалом результат будет лишь формальным.

Вовлеченность зависит от следующих факторов:

- Актуальность обучения для участников образовательного процесса. Чем лучше обучающийся понимает, какие проблемы лично ему поможет решить обучение, какие у него в результате будут преимущества, с чем он будет справляться лучше на рабочем месте, тем больше он готов вкладывать собственного ресурса и времени в процесс обучения.

- Мотивация. Мотивация – тот импульс, который запускает и удерживает состояние вовлеченности.

- Среда. Мотивированный обучающийся еще не значит вовлеченный. Для вовлечения необходима среда, благоприятная для активности – не только учебной, но и социальной. Она складывается из целого комплекса условий (таблица 1).

Таблица 1 – Комплекс условий благоприятной среды для вовлечения

Условие	Описание
Отсутствие технических и организационных барьеров при прохождении обучения	Например, если обучение предполагает проведение вебинаров, у участников должен быть доступ в Интернет

	и свободное время в расписании
Психологически безопасная, дружественная атмосфера	Обучающиеся должны быть уверены, что не будут чувствовать себя неловко за ошибки, сложности в понимании материала, высказывание своего мнения и т. д.
Связь учебного контента с реальными профессиональными задачами	Это может быть разбор практических кейсов с повседневными рабочими ситуациями или учебный проект, решающий реальные проблемы на рабочем месте
Положительное подкрепление как на отдельных этапах обучения, так и по его окончании	Чтобы обучающиеся чувствовали, что окружающие ценят их усилия, нужны инструменты признания учебных достижений (рейтинги, доска почета или даже личная похвала от руководителя). Успешно прошедшие обучение должны не на словах, а на деле получать какие-либо привилегии, не обязательно финансовые — например, большую самостоятельность в принятии решений или допуск к более сложным интересным проектам
Возможность взаимодействия с другими участниками обучения	Во-первых, это формирует чувство принадлежности к сообществу, что само по себе является инструментом вовлечения. Во-вторых, работая в группах или обсуждая задания, участники обучения мотивируют друг друга преодолевать трудности и завершать начатое

Создание среды для вовлечения зачастую оказывается задачей и разработчиков обучающих решений, и заказчика обучения, от которого зависит интеграция учебных процессов и результатов в рабочие реалии.

Для вовлечения студентов в образовательный процесс используются различные подходы, некоторые из которых представлены ниже:

1. Проблемно-ориентированное обучение. Учебный подход, который погружает обучающихся в реальную ситуацию еще до того, как они приобрели знания об изучаемом объекте; им необходимо проанализировать проблему, изучить дополнительную информацию, сформировать гипотезу, выбрать оптимальное решение и достичь конкретного результата.

2. Выявление интересов обучающихся. Часто возникающая проблема – потеря интереса к обучению, дезориентация в учебном контенте и негативное отношение к нему. Предотвратить такую ситуацию поможет выявление интересов слушателей на ранних этапах. Это можно сделать путем проведения опроса или в ходе неформального общения. Впоследствии эту информацию можно использовать в качестве естественного мотиватора при разработке контента и заданий – например, приводить примеры из популярных кинофильмов или видеоигр.

3. Организация общения и дискуссий. Неформальная коммуникация и тематические обсуждения – верные помощники эмоционального аспекта вовлеченности. По этой причине полезно организовывать внеучебные встречи, неформальные конференции, заводить отдельные каналы для живого общения в учебных мессенджерах, поощрять создание новых тем на форумах и побуждать оставлять комментарии [4].

4. Использование современных образовательных и цифровых технологий. Повсеместное применение современных технологий обучения отвечает требованиям эмоционального и когнитивного аспектов вовлеченности: многие из них основаны на простых, но действенных техниках запоминания и удержания информации, а также дают заряд положительных эмоций.

5. Организация и проведение деловых игр. Действующими лицами в деловой игре являются студенты, организуемые в команды, и выполняющие индивидуальные или командные роли. При этом и модель, и действующие лица находятся в игровой среде, представляющей профессиональный, социальный или общественный контекст имитируемой в игре деятельности специалистов [5].

Рассмотрим подробнее организацию и проведение деловых игр для студентов. Деловая игра – это процесс построения модели принятия решения в условиях, приближенных к реальному производственному или управленческому эпизоду. Такая синтетическая интерактивная форма объединяет в себе важнейшие признаки всех методов игрового социального имитационного моделирования [2]. При использовании деловых игр на занятиях по экономике, финансовой грамотности и менеджменту процесс обучения максимально приближен к настоящей деятельности

предпринимателя, директора и специалиста в условиях рыночных отношений. Все участники погружены в игровой процесс, активно работают над разрешением проблемных и конфликтных ситуаций.

Сегодня университеты все чаще обращаются к инновационным методам обучения и используют данный подход с целью вовлечения студентов в образовательный процесс. На протяжении двух семестров 2024 учебного года Калужский филиал Финансового университета при Правительстве РФ реализует проведение мероприятий по финансовой грамотности с целью повышения уровня финансовой грамотности студентов и вовлечения их в образовательный процесс. Мероприятия представляют собой проведение вводных лекций на определенную тему и проведение деловых игр. За первую часть первого семестра 2024/2025 учебного года было проведено 7 мероприятий по следующим темам: «Успешная семья – успешная Россия», «Личные финансы», «Программа долгосрочных сбережений», «Мастер-класс по сбережениям», «Налоги и налогообложение», «Цифровой бизнес», «Социальное обеспечение». В деловых играх принимают участие не только студенты КФ Финансового университета, но и студенты других вузов Калуги. Такой формат проведения мероприятий позволяет сформировать у студентов личностные качества, развить важные компетенции, которые будут востребованы в их будущей профессиональной и личной жизни, а также вовлечь их в образовательный процесс.

Деловые игры представляют собой моделирование реальных ситуаций, в которых студенты берут на себя различные роли или же участвуют в разработке собственных проектов. Например, в одной из таких игр, командам предложили разработать концепцию онлайн-платформы для продажи различных товаров и услуг, после чего презентовать свою бизнес-идею. Участники отметили, что игра позволила им применить на практике знания, полученные в ходе обучения, и приобрести ценный опыт разработки бизнес-идеи.

В Калужском филиале Финансового университета деловые игры интегрированы в образовательные программы. У направления Экономика реализуется учебная дисциплина «Финансовая грамотность как фактор повышения доступности финансовых услуг». Деловые игры, проводимые в рамках дисциплины, рассчитаны на формирование у обучающихся адекватных представлений о сути экономических явлений и процессов, воспитание экономической культуры мышления. Также мероприятия по финансовой грамотности способствуют росту интереса студентов к изучению данной дисциплины и многих других. Возможно, в будущем данная дисциплина будет проводиться не только у направления Экономика, что позволит студентам не только получать необходимые теоретические знания, но и формировать практические навыки, при этом оставаться вовлеченными в учебный процесс.

Таким образом, для поддержания уровня вовлеченности необходим творческий динамический подход: время от времени нужно оценивать настроение и интерес слушателей и применять те практики, которые видятся целесообразными в текущий момент. Какое образовательное решение разработчики бы ни создали, его результат будет зависеть не только от них — еще и от тех, кто учится. Будут ли слушатели выделять на обучение достаточно времени, выполнять самостоятельные задания, применять новые знания на практике — всё это зависит от того, насколько обучающиеся готовы вкладывать свою энергию и силы в собственное развитие. Это и определяется их вовлеченностью.

Библиографический список

1. Педагогические условия формирования цифровой финансовой грамотности у студентов вузов // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pedagogicheskie-usloviya-formirovaniya-tsifrovoy-finansovoy-gramotnosti-u-studentov-vuzov> (дата обращения: 03.11.2024)
2. Проектно-игровая деятельность как способ формирования финансовых умений и навыков обучающихся // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/proektno-igrovaya-deyatelnost-kak-sposob-formirovaniya-finansovyh-umeniy-i-navykov-obuchayushchih-sya> (дата обращения: 04.11.2024)
3. Факторы, влияющие на финансовую грамотность студентов // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-vliayushchie-na-finansovuyu-gramotnost-studentov> (дата обращения: 04.11.2024)
4. Финансовая грамотность в условиях новой цифровой реальности // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/finansovaya-gramotnost-v-usloviyah-novoy-tsifrovoy-realnosti> (дата обращения: 05.11.2024)
5. Формирование финансовой грамотности через проектно-игровую деятельность // КиберЛенинка: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-finansovoy-gramotnosti-cherez-proektno-igrovuyu-deyatelnost> (дата обращения: 04.11.2024)

ФИНАНСОВАЯ КУЛЬТУРА – ПУТЬ К УСТОЙЧИВОМУ ФИНАНСОВОМУ БЛАГОПОЛУЧИЮ НАСЕЛЕНИЯ

*Прохорова Е. Д., бакалавр 2-го курса
Научный руководитель: Костина О. И., к.э.н., доцент
Калужский филиал Финансового университета, Калуга*

Аннотация: Статья "Финансовая культура – путь к устойчивому финансовому благополучию населения" рассматривает важность финансовой культуры в современном мире. В ней рассматривается понятие финансовой культуры, ее аспекты и как они влияют на принятие финансовых решений. Также рассматриваются основные меры развития финансовой культуры. Статья направлена на повышение осведомленности читателей о важности финансовой культуры в отношении своих личных финансах.

Ключевые слова: финансовое образование, финансовая культура, финансовая грамотность.

FINANCIAL CULTURE IS A PATHWAY TO SUSTAINABLE FINANCIAL WELL - BEING FOR THE POPULATION

*Prokhorova E.D., bachelor 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 "Financial culture is a pathway to sustainable financial well - being for the population" examines the importance of financial culture in the modern world. It examines the concept of financial culture, its aspects and how they influence financial decision-making. The main measures for the development of financial culture are also considered. The article aims to raise readers' awareness of the importance of financial culture in relation to their personal finances.

Keywords: financial education, financial culture, financial literacy.

В последние десятилетия обсуждение вопросов повышения финансового образования и культуры среди различных слоев населения приобрело особую значимость. Для России эта проблема стала особенно актуальной с переходом к рыночной экономике, что стало серьезным вызовом для граждан. Появление новых экономических реалий потребовало от людей не только освоения новых знаний и навыков в управлении личными финансами, но и развития осознания ответственности за риски, связанные с принятием финансовых решений.

После семидесятилетнего периода плановой экономики, когда работники имели стабильные заработные платы и не сталкивались с вопросами налогообложения и инвестирования, российские граждане оказались неподготовленными к решению финансовых задач в условиях нестабильности. Это отсутствие готовности стало причиной массовых потерь граждан в мошеннических инвестиционных схемах и финансовых пирамидах, что в свою очередь негативно сказалось на уровне жизни населения.

Текущая ситуация подчеркивает необходимость разработки эффективных программ, направленных на формирование и развитие финансовой культуры граждан. В условиях современных реалий, когда осознание финансовых рисков и грамотное управление личными финансами становятся ключевыми факторами стабильности и благосостояния, задача повышения финансового образования как никогда актуальна.

Финансовая культура сегодня – это не только владение базовыми финансовыми знаниями, но и умение эффективно использовать эти знания для принятия взвешенных решений. В условиях современного мира, где финансовые продукты становятся все более разнообразными и сложными, важно понимать свои права и обязанности при взаимодействии с банками и другими финансовыми учреждениями. Финансовая грамотность поможет избежать ошибок в управлении личными финансами, минимизировать риски и достигать долгосрочных целей.

Финансовая культура важна не только для отдельных граждан, но и для общества в целом. Ее влияние проявляется в нескольких аспектах:

1. Улучшение благосостояния. Владение навыками управления финансами помогает гражданам эффективнее планировать бюджет, накапливать средства и достигать значимых жизненных целей, например, приобрести жилье.

2. Снижение уровня долговой нагрузки. Финансовые знания позволяют людям принимать обоснованные решения по поводу кредитов и инвестиций, минимизируя риски потерь от неудачных вложений.

3. Повышение социальной ответственности. Понимание своих прав и обязанностей на рынке финансовых услуг делает людей более сознательными потребителями, способствуя развитию здоровой конкуренции среди поставщиков этих услуг и улучшению качества обслуживания.

Формирование финансовой культуры неразрывно связано с развитием финансовой грамотности. Последняя представляет собой совокупность базовых знаний о финансовых инструментах и терминах, а также способность применять эти знания на практике для эффективного управления своими финансовыми ресурсами. Знания в области финансов помогают грамотно планировать семейный бюджет, сохранять деньги в условиях экономической нестабильности и увеличивать капитал. Финансовая грамотность является ключевым показателем уровня финансовой культуры.

Однако финансовая культура выходит за рамки простой осведомленности о финансовых вопросах. Она включает в себя финансовую компетентность – способность применять полученные знания на практике, особенно в сфере личного финансового планирования. Компетентность предполагает не только наличие теоретических знаний, но и умение принимать взвешенные решения, анализировать последствия своих действий и управлять бюджетом, живя по средствам. Финансово культурный человек не только владеет необходимыми знаниями, но и демонстрирует ответственность в отношении личных финансов и взаимоотношений с другими людьми в финансовой сфере.

Банк России активно поддерживает инициативы по повышению финансовой грамотности населения, что особенно актуально в условиях быстрых изменений в финансовой системе и растущих цифровых угроз. Программы финансового просвещения включают разработку учебных материалов для школьников и студентов, проведение вебинаров и других образовательных мероприятий, выпуск видеоуроков и обучающих игр. Особое внимание уделяется доступности информации, регулятор адаптирует учебные материалы под разные возрастные группы и формы восприятия, используя современные цифровые платформы.

Для молодежи создаются подкасты, интерактивные курсы в социальных сетях, позволяющие легко усваивать важную финансовую информацию. Для пожилых людей организуются онлайн – курсы «PensionFG», а для инвалидов разрабатываются специальные адаптированные материалы, включая аудиокниги, видеоматериалы на жестовом языке и издания со шрифтом Брайля. Волонтерское движение также играет значительную роль в распространении знаний, помогая доносить финансовую грамотность до самых разных слоев населения.

В последние годы особое внимание уделяется внедрению основ финансовой грамотности в школьные программы. С 2023 года элементы финансовой грамотности интегрированы в основные дисциплины. Также проводятся внеклассные занятия и онлайн – уроки, направленные на популяризацию финансовых знаний среди подростков.

Для студентов запущены вебинары «Финтрек», где молодые люди могут напрямую общаться с экспертами из Банка России, изучая поведенческую экономику, психологию денег и новейшие технологии в финансовой отрасли. Эти мероприятия делают изучение финансов более увлекательным.

Сайт «Финансовая культура» предлагает широкий спектр ресурсов для всех категорий пользователей, включая преподавателей и родителей. Здесь можно найти методические пособия, игры и многое другое, что поможет лучше понять и освоить ключевые моменты финансовой грамотности.

Индекс финансовой грамотности, используемый с 2018 года для оценки умения людей эффективно управлять своими личными финансами, варьируется от 1 до 21 балла. По данным последних исследований, проведенных в 2024 году, уровень финансовой грамотности значительно вырос по сравнению с показателями прошлых лет. Это объясняется тем, что население осваивает новые финансовые инструменты и налаживает здоровые отношения со своими личными финансами.



Рисунок 1. Значение индекса финансовой грамотности россиян, в баллах.

Стратегия повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017 – 2023 годы. Она направлена на формирование устойчивой образовательной среды, учитывающей потребности разных групп населения. Данная стратегия является актуальной в условиях развития технологий, усложнения финансовых продуктов. Всё это требует подготовки граждан в этой области.

Сама стратегия направлена на повышение качества образования в области финансов, а также на разработку методических ресурсов. Важно не только обучать людей основам финансовой грамотности, но и активно развивать взаимодействие между государством и обществом. Это будет улучшать навыки граждан в отношении своих финансов.

Среди ключевых мероприятий стратегии можно выделить следующие:

1. Разработка и внедрение образовательных программ и альтернативных методов обучения, включая цифровые образовательные платформы и онлайн – игры, способствующих увлекательному и доступному процессу освоения знаний.

2. Организация онлайн – олимпиад для школьников, что стимулирует их интерес к финансам с раннего возраста.

3. Создание эффективных каналов обратной связи с потребителями финансовых услуг, что обеспечивает доступ к необходимой консультационной поддержке.

4. Повышение квалификации государственных служащих, что, в свою очередь, повышению качества предоставляемых услуг и защиту прав граждан.

В России была принята новая Стратегия повышения финансовой грамотности и развития финансовой культуры до 2030 года. Эта инициатива, подготовленная Министерством финансов и Центральным банком России, нацелена на дальнейшее укрепление финансовой осведомленности среди различных групп населения.

Новая Стратегия акцентирует внимание на более зрелых возрастных группах, рассматривая взрослое население как приоритетную целевую аудиторию для деятельности Института финансовой грамотности Финуниверситета – Федерального методического центра Минфина. Основные направления стратегии включают в себя углубленное обучение бюджетному планированию, инвестированию, безопасному использованию современных финансовых инструментов, ответственному подходу к займам и культуре накопления средств.

Стратегия продолжает традиции предыдущего документа, который заложил основу для создания устойчивой образовательной инфраструктуры и разработки специализированных информационных ресурсов. Данная работа способствует формированию осознанного отношения граждан к финансовым вопросам и повышению их уверенности в принятии финансовых решений.

Сравнительный анализ положений Стратегии 2017 – 2023 гг. и Стратегии до 2030 г.	
Стратегия 2017 – 2023 гг.	Стратегия до 2030 г.
Цель – создать основу для повышения финансовой грамотности населения, что является важным условием улучшения уровня и качества жизни граждан с использованием качественных финансовых продуктов и услуг.	Цель – к 2030 году обеспечить, чтобы большинство граждан России овладели основами финансовой культуры, способствующей финансовому благополучию. Это предполагает развитие финансовой грамотности, практических навыков принятия решений и устойчивости финансовой системы.
Целевая группа включает студентов образовательных учреждений, а также граждан с низким и средним доходами, склонных к рискованным финансовым решениям. В нее также входят пенсионеры, люди с ограниченными возможностями, испытывающие трудности в доступе к финансовому образованию и защите прав.	Стратегия должна учитывать особенности финансовой грамотности и культуры на различных этапах жизненного цикла граждан, сосредотачиваясь на актуальных вопросах, касающихся детей и подростков, молодежи, экономически активных взрослых и пожилых людей.
Группы рисков, связанных с реализацией стратегии, включают: риск макроэкономической ситуации, законодательства и нормативной базы, динамики финансового рынка, эффективности управления и ресурсного обеспечения.	Возможные риски при реализации стратегии включают: изменения в макроэкономической ситуации, вопросы нормативной базы, развитие финансового рынка, динамическое технологическое развитие услуг, недостаток ресурсов и проблемы с управлением реализацией стратегии.

Рисунок 2. Сравнительный анализ положений Стратегии 2017 - 2023 гг. и Стратегии до 2030 г.

Специфика финансовой культуры населения состоит в том, что она представляет собой частью как общей культуры современного человека, так составной частью культуры финансовых отношений, включающей социальные (совокупность традиций, норм и поведение в финансовой сфере), так и экономические (знание базовых финансовых терминов и практических навыков). Финансовая культура представляет собой совокупность ценностей, знаний и норм, которые общество накапливает и развивает на различных этапах своего существования. Она влияет на когнитивные процессы и мотивационные установки, находясь под значительным влиянием внешних факторов.

Развитие финансовой культуры основывается на сохранении традиций, совершенствовании существующих норм и поиске новых подходов к финансовой грамотности. Это достигается путём распространения успешных практик, разработки и внедрения проектов, направленных на финансовое просвещение. Важнейшим элементом здесь выступает активная информационная поддержка населения, направленная на ознакомление с институтами и инструментами финансового рынка.

Библиографический список

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 24 октября 2023 г. № 2958 - р "Об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года."
2. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 25 сентября 2017 г. № 2039 - р "Об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017 - 2023 гг."
3. План мероприятий ("дорожная карта") по реализации Стратегии повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года [Электронный ресурс] Режим доступа: https://minfin.gov.ru/ru/document/?id_4=305791/ (дата обращения: 11.11.2024).
4. Исследование уровня финансовой грамотности: четвертый этап [Электронный ресурс] Режим доступа: https://cbr.ru/analytics/szpp/fin_literacy/fin_ed_4/ (дата обращения: 11.11.2024)
5. Финансовая грамотность населения: проблемы, перспективы, решения: материалы Всероссийской научно - практической конференции (Воронеж, 17 - 18 мая 2019 года)/ Воронежский государственный университет [и др.]; под редакцией доктора экономических наук, профессора П.А. Канапухина, доктора экономических наук, профессора Е. Ф. Сысоевой, кандидата экономических наук Е. А. Федюшиной. Воронеж : Научная книга, 2019. 93 с.
6. Харук Т.В., Костина О.И. Финансовая грамотность – жизненный навык, необходимый молодежи в XXI веке // Сборник «Вопросы экономики и финансов: современное состояние актуальных проблем»:

материалы Региональной научно-практической конференции. Калуга: Издательство АКФ «Политоп», 2020. – с. 171-176

7. Храмова Т.А. От финансовой грамотности к финансовой культуре / Т.А. Храмова, Д.В. Таврель. Текст : непосредственный // Молодой ученый. 2023. № 3 (450). С. 194-196.

8. Костина О.И., Кузина Н.С., Давыдова А.В. «Цифровой рубль: новая эра денежных технологий» Вестник Алтайской академии экономики и права, 2024 № 3. С. 215-219.

9. Костина О.И., Семушкин Д.Ю., Гуньков Я.В. «Внедрение цифрового рубля в России: анализ, опыт, перспективы» «Финансы», 2024. № 3. С. 58-64.

УДК 336.7

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПРЕСТУПНОСТИ В СФЕРЕ ФИНАНСОВОГО МОШЕННИЧЕСТВА

*Тришина М.Д. бакалавр 3-го курса
Научный руководитель: Моисеева И.Г., к.псих.н.
Калужский филиал Финуниверситета, Калуга*

Аннотация. В данной статье проведен анализ преступности в сфере финансового мошенничества. Также рассмотрены самые популярные каналы мошенничества. Выявлены категории граждан, которые наиболее подвержены обману. Статья включает в себя анализ официальной статистики, предоставляемой Банком России. Анализ данных за последние годы позволил проследить динамику изменений в структуре финансового мошенничества, выявить наиболее распространенные схемы и определить группы риска. В заключении представлен перечень предложений, реализация которых поспособствует уменьшению преступности в финансовой сфере.

Ключевые слова: преступность, финансовое мошенничество, Банк России, изменения.

ANALYSIS OF THE DYNAMICS OF CRIME IN THE FIELD OF FINANCIAL FRAUD

*Trishina M. D. bachelor of the 3rd year
Supervisor: I. G. Moiseeva, candidate of Psychological Sciences
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga*

Abstract. This article analyzes crime in the field of financial fraud. The most popular fraud channels are also considered. The categories of citizens who are most susceptible to deception have been identified. The article includes an analysis of official statistics provided by the Bank of Russia. The analysis of data in recent years has made it possible to trace the dynamics of changes in the structure of financial fraud, identify the most common schemes and identify risk groups. In conclusion, a list of proposals is presented, the implementation of which will contribute to reducing crime in the financial sector.

Keywords: crime, financial fraud, the Bank of Russia, changes.

В условиях стремительного развития цифровых технологий финансовое мошенничество стало угрозой для стабильности как отдельных граждан, так и финансовых систем в целом. В связи с увеличением объема финансовых операций и перехода многих аспектов экономической деятельности в онлайн-формат, мошенничество стало развиваться в большей мере, появляются сложные и разнообразные схемы. Данная ситуация и создает необходимость в анализе динамики преступности в сфере финансового мошенничества. Это позволит выявить ключевые тенденции, риски и угрозы.

Актуальность данной работы заключается не только в стабильном росте преступлений в сфере финансового мошенничества, но и в социальных и экономических последствиях. Финансовое мошенничество наносит ущерб людям, а также приводит к потере доверия к финансовым институтам, что может плохо отразиться на экономике всего государства. В условиях постпандемического мира многие процессы стали осуществляться в цифровом формате, поэтому сейчас особенно важно понимать, как изменяются методы и подходы мошенников.

Данные Банка России позволяют понять, что объем операций без согласия клиентов за период 2021-2023 гг. стабильно увеличивается. В 2021 году объем операций составил 13852,23 млн. рублей. В 2022 году объем увеличился на 4,3%, а в 2023 году – на 11,5% по сравнению с прошлым годом. Количество операций показало колебания. В 2021 году было зафиксировано 1035,01 тыс. ед. В 2022 году значение немного уменьшилось, а в 2023 году значение стало чуть больше по сравнению с 2021 годом. Такая тенденция может наблюдаться из-за возрастания числа случаев мошенничества или недостаточной эффективности мер по защите клиентов.

Перейдем к анализу атак с использованием телефонного мошенничества. В 2022 году помимо ранее используемых шаблонов звонков, добавились сценарии, связанные с частичной мобилизацией. Совместная деятельность операторов связи, Банка России, Минцифры России позволила заметно уменьшить количество звонков с использованием городских телефонных номеров, но мошенники стали активно использовать мобильные телефонные номера и мессенджеры [2]. За 2023 год количество звонков с использованием городских телефонных номеров уменьшилось более чем на 75%, но мобильные телефонные номера и мессенджеры все также активно используются злоумышленниками [3].

Далее рассмотрим диаграмму, которая иллюстрирует динамику преступности в сфере финансового мошенничества, связанного с безлицензионной деятельностью, мошенничеством, финансовыми пирамидами и виртуальными платежными операциями за период с 2021 по 2023 годы (рис. 1).

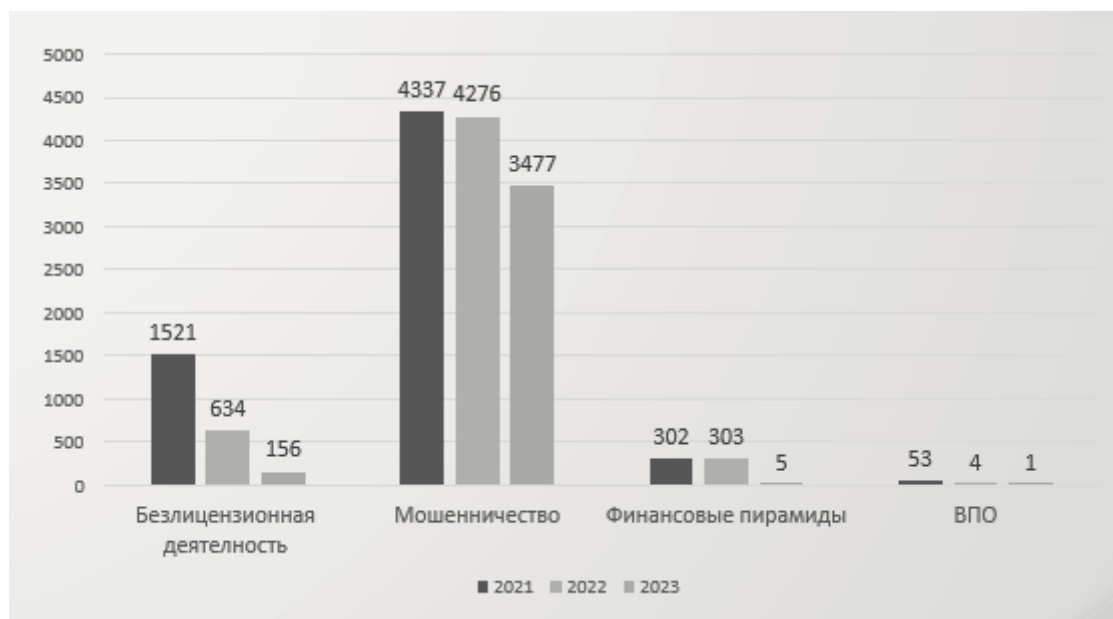


Рисунок 1. Мошеннические интернет-ресурсы, направленные регистраторам доменных имен

В 2021 году было зафиксировано 1521 случай безлицензионной деятельности, но к 2023 году данный показатель уменьшился практически в 10 раз, что свидетельствует о повышении эффективности контроля и профилактических мер.

Количество случаев мошенничества с каждым годом уменьшается, но уровень все равно остается высоким.

В 2021 году было замечено 302 случая финансовых пирамид, в 2022 году наблюдается незначительное увеличение до 303. В 2023 году резко сократилось до всего лишь 5. Такая динамика может указывать на повышение осведомленности граждан и эффективности правоохранительных органов [1].

В 2021 году количество случаев ВПО составило 53, но в 2023 году это число заметно уменьшилось до всего лишь 1 случая. Это указывает на успешные меры по борьбе с данными видами мошенничества.

По данным Банка России пострадать от преступности в финансовом мошенничестве может любой человек, но опрос позволил сформировать портрет потенциальной жертвы [3]:

1. Возраст от 25 до 44 лет;
2. Живет в городе;
3. Работающий мужчина;
4. Средний уровень дохода;
5. Среднее образование;
6. Часто использует банковские онлайн-сервисы

Рассмотрим следующую диаграмму, которая показывает количество мошеннических ресурсов, направленных в Генеральную прокуратуру Российской Федерации (рис. 2).

Диаграмма показывает, что количество преступлений в сфере финансового мошенничества растет, но органы власти передают информацию между структурами, что приводит к уменьшению пострадавших от финансовых преступлений.

Достичь такого результата позволила совместная работа, проводимая Банком России и Минцифры России, в направлении автоматизированного выявления в сети Интернет ресурсов и страниц социальных сетей, на которых осуществляется противоправная деятельность. В 2023 году Банк России инициировал ограничение доступа к 4 464 страницам (группам) в социальных сетях и к 35 приложениям. Как и в предыдущем году, большая часть заблокированных страниц (групп) в социальных сетях использовалась для осуществления безлицензионной деятельности. Приложения использовались для осуществления фишинга под видом действующих кредитных организаций [3].

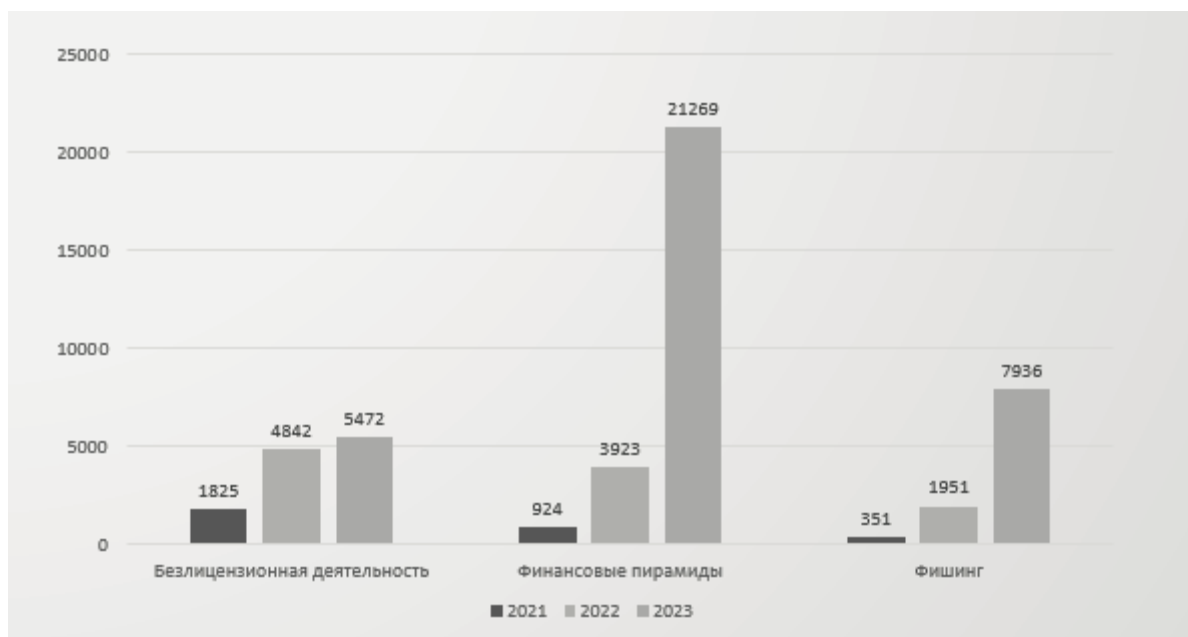


Рисунок 2. Мошеннические ресурсы, направленные в Генеральную прокуратуру РФ

Предлагаю рассмотреть самые популярные каналы мошенничества с помощью рейтинг-таблицы:

Таблица 1 – Каналы мошенничества

№	Каналы мошенничества	%
1	Телефонное и СМС-мошенничество	60
2	Мессенджеры	12
3	Социальные сети	10
4	Электронные письма	9
5	Поддельные сайты	7
6	Поддельные приложения банков	2

Наиболее популярным каналом мошенничества являются телефонные звонки и СМС. Этот канал остается самым популярным из-за его простоты и в то же время эффективности.

Вторым по значимости каналом являются мессенджеры. Они активно используются злоумышленниками для рассылок вредоносных сообщений. Этот метод помогает мошенником быстро и анонимно общаться с потенциальными жертвами.

Социальные сети также занимают значимое место среди каналов мошенничества. Мошенничество через социальные сети заключается в использовании фальшивых аккаунтов и рекламных постов для привлечения доверчивых людей, которые в будущем могут оказаться жертвами мошенников.

Доля электронных писем в схемах мошенничества составляет 9%. Спам-рассылки и фишинговые письма остаются актуальными методами для кражи личной информации.

Мошенники также создают поддельные веб-сайты, которые имитируют легитимные ресурсы, чтобы обмануть пользователей и получить доступ к их данным.

Наименьшая доля случаев приходится на поддельные банковские приложения. Это связано со сложностью реализации данного вида мошенничества. Несмотря на такой маленький показатель, данный метод все же представляет опасность для пользователей.

Таким образом, анализ показал тревожную тенденцию к увеличению преступности в сфере финансового мошенничества. Несмотря на усилия органов государственной власти и Центрального банка финансовое мошенничество эволюционирует, подстраиваясь под все цифровые изменения, происходящие в государстве. Это подчеркивает необходимость постоянного мониторинга ситуации и совершенствования существующих мер по защите граждан.

Для повышения эффективности борьбы с финансовым мошенничеством и снижения его уровня важно не только реагировать на уже произошедшие преступления, но и предотвращать их. В этом контексте можно предложить следующие меры:

1. Проведение регулярных обучающих семинаров и вебинаров для граждан о методах финансового мошенничества, их признаках и способах защиты. Это поможет повысить уровень осведомленности населения.
2. Внедрение многофакторной аутентификации и биометрических данных в финансовые сервисы, что сделает доступ к счетам более защищенным.
3. Организация круглосуточных горячих линий для консультаций по вопросам подозрительных операций и мошеннических схем, что позволит клиентам быстро реагировать на потенциальные угрозы.
4. Создание специализированных приложений, которые будут информировать пользователей о последних схемах мошенничества и предоставлять советы по безопасности.
5. Установление партнерств между государственными органами и финансовыми учреждениями для обмена информацией о новых угрозах и совместной разработки эффективных мер противодействия.

Библиографический список:

1. https://www.cbr.ru/analytics/ib/operations_survey/2021/
2. https://www.cbr.ru/analytics/ib/operations_survey/2022/
3. https://www.cbr.ru/analytics/ib/operations_survey/2023/

УДК 336.7

ОСОБЕННОСТИ ТЕЛЕФОННОГО МОШЕННИЧЕСТВА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕССЕНДЖЕРОВ

Резакова О.А., бакалавр 1-го курса

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

Калужский филиал Финансового университета, Калуга

Аннотация: в статье рассматривается проблема широкого распространения мошенничества с использованием мессенджеров. Автором представлена информация о мессенджерах и способы мошенничества с их использованием. В качестве возможного пути решения проблемы предлагается повышение финансовой грамотности населения в части умения распознавания мошенника по действиям.

Ключевые слова: мошенничество, мессенджер, обман, телефонное мошенничество, данные, сообщения.

FEATURES OF TELEPHONE FRAUD USING MESSENGERS

*Rezakova O.A., Bachelor of the 1st year
Scientific Supervisor: Moiseeva I.G., PhD in Psychology
Kaluga branch of the Financial University, Kaluga*

Abstract: the article examines the problem of widespread fraud using instant messengers. The author provides information about instant messengers and methods of fraud using them. As a possible solution to the problem, it is proposed to increase the financial literacy of the population in terms of the ability to recognize a fraudster by his actions.

Keywords: fraud, messenger, deception, telephone fraud, data, messages.

В современном мире существует большое количество аферистов, которые стремятся к получению собственной выгоды путем мошенничества. Такие махинации характеризуются 159 статьей Уголовным кодексом РФ, как хищение чужого имущества или приобретение права на чужое имущество путем обмана или злоупотребления доверием [3].

В процессе совершенствования информационных, цифровых, коммуникационных технологий увеличивается характер и способы мошенничества. Одним из видов таких преступлений является мошенничество, совершённое с использованием мессенджеров и интернета. Данный вид определяется, если для выполнения хотя бы одного из умышленных действий, создающих условия для совершения преступления или входящих в его объективную сторону, лицо использовало такие сети. Ответственность за мошенничество в сфере компьютерной информации предусматривает статья 159.6 УК РФ [4].

Согласно официальным статистическим данным ФКУ «Главный информационно-аналитический центр» Министерства внутренних дел Российской Федерации за январь-сентябрь 2024 года более трети всех преступлений на территории Российской Федерации совершается с использованием информационно-телекоммуникационных технологий, которые в большей степени направлены против собственности граждан, за январь-сентябрь 2024 года таких деяний зарегистрировано на 15,3 % больше, чем в январе-сентябре прошлого года. Тенденция на увеличение мошенничества с использованием информационно-телекоммуникационных технологий сохраняется [1].

Из статистических данных, также следует упомянуть статистику операций без согласия клиентов, предоставленную на официальном сайте Банка России [2]. В таблице с данными о таких операциях представлены средние значения за предшествующие четыре квартала (с II квартала 2023 года по I квартал 2024 года включительно) и значения за II квартал 2024 года. Из 1 таблицы следует, что количество операций без согласия клиента уменьшилось, но, несмотря на это, объем переведенных денежных средств увеличился. Из чего можно сделать вывод о том, что увеличиваются суммы денег, на которые обманывают мошенники. Также 1 таблица показывает, что доля возвращенных средств во II квартал 2024 года уменьшилась на 3,6 %, по сравнению с четырьмя предшествующими кварталами, и составила 6,1 %. Такой маленький процент возвращенных средств даёт понять, что после перевода средств мошенникам их возврат почти невозможен.

Таблица 1. Операции без согласия клиентов: общая картина

	Количество ОБС, ед.	Объем ОБС, тыс. руб.	Доля возмещенных (возвращенных) средств (от объема), %
Среднее значение за предшествующие четыре квартала (с II квартала 2023 года по I квартал 2024 года включительно)	302 074	3 876 361,35	9,7

II квартал 2024 года	256 936	4 775 114,61	6,1
----------------------	---------	--------------	-----

*ОБС-Операции без согласия клиентов

Для современного человека мессенджеры являются важной частью жизни, но чем больше аккаунтов человек имеет на разных платформах, тем больше угроза попасть под влияние мошенников. Преступления с использованием мессенджеров приобретают массовый характер. Привычными являются попытки мошенников получить банковские данные через звонок по сотовой связи, более новым и незнакомым способом является мошенничество через мессенджеры. Мессенджер - программное приложение или платформа, позволяющая пользователям вести диалог в реальном времени. Самыми популярными мессенджерами являются такие, как: WhatsApp, Telegram, Viber. В целом мессенджеры – это лишь еще один вектор, который используют злоумышленники, при этом они эксплуатируют те же инструменты и легенды, что и по телефону.

Основными причинами, по которым мошенники всё чаще используют мессенджеры для обмана, являются:

1. За звонками через мессенджеры меньше наблюдения, в отличие от звонков через сотовую связь. Операторы сотовой связи сейчас предоставляют услуги по блокированию подозрительных входящих вызовов, а звонки через мессенджеры не передаются через интернет в зашифрованном виде и не поддаются такой фильтрации.

2. Существует множество приложений для анти-спам фильтрации звонков через сотовую связь, но они не имеют доступа к данным в мессенджерах.

3. Использование мессенджеров обходится мошенникам бесплатно, в отличие от звонков по сотовой связи, которые нужно оплачивать.

Существует огромное количество способов мошенничества через мессенджеры. Некоторыми из них является:

1. Сообщения от представителя банка. Мошенники оформляют профиль под банковскую организацию – выставляют фирменный аватар, указывают должность и имя сотрудника. Под разными предложениями они рассылают сообщения и даже звонят по видеосвязи потенциальным жертвам.

2. Сообщение под видом знакомого. Поступают сообщения с поддельных аккаунтов друзей, коллег, начальства и т.д.

3. Массовые рассылки. Пользователь получает ссылку в сообщении, перейдя по которой он невольно предоставляет мошеннику доступ к своей личной информации.

4. Оформление микрозаймов. В некоторых микрофинансовых организациях деньги можно получить всего лишь по номеру телефона. Мошенники связываются с жертвой в мессенджере и просят прислать информацию из входящих СМС. С помощью выуженной информации и оформляется микрокредит.

Каждый день появляются новые жертвы, которые лишаются своих накоплений и остаются с невыплаченными кредитами, микрозаймами. Даже самые опытные, грамотные люди порой не способны противостоять психологическому воздействию мошенников.

В таблице 2 мной был рассмотрен распространенный в 2024 году способ мошенничества с использованием мессенджера. В таблице представлена модель мошеннических действий с использованием мессенджера.

Таблица 2. Модель мошеннических действий с использованием мессенджера.

Действие	Этап
Здравствуйте, Дмитрий Олегович! Вашими действиями заинтересовалось ФСБ. С вами разговаривает старший лейтенант Борисов.	Установление психологического контакта. Мошенник использует навыки и приёмы эффективной коммуникации, чтобы сформировать иллюзию авторитетности собственной личности
К нам попала информация о том, что вы	Конструирование и инициирование

спонсируете террористическую организацию. На вас будет заведено уголовное дело. Я могу вам помочь за 3 миллиона рублей. У вас есть такая сумма?	ситуации в соответствии с целями и задачами преступного замысла. Для этого применяются обман, дезинформация, ретуширование действительности, эксплуатация психических автоматизмов, активация страха и другие методы
У вас есть 3 часа, чтобы найти средства, в противном случае через 3 часа вас задержат.	Воздействие на процесс принятия решения. Мошенник форсирует темп коммуникативного процесса, создаёт искусственный дефицит времени, чтобы не позволить жертве осмыслить ситуацию целиком и критически оценить информацию.

Для уменьшения ситуаций перевода денег мошенникам необходимо повышать финансовую грамотность населения в сфере обмана через мессенджеры. Важно уметь распознавать мошенника по поведению. Основы безопасного поведения в мессенджерах представлены на рисунке 1.

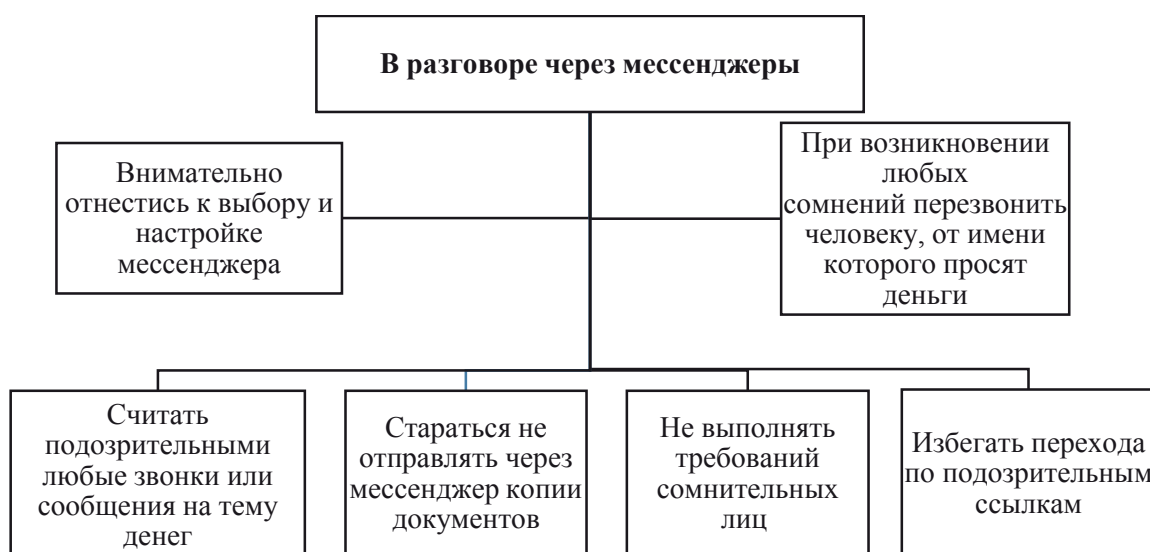


Рисунок 1. Безопасное поведение в мессенджерах.

Итак, вероятность того, что удастся получить назад средства, отправленные мошенникам, минимальна. Поэтому важно быть бдительными и не попадаться на уловки злоумышленников. Если всё же стали жертвой мошенников, стоит обратиться в полицию, службу поддержки мессенджера и банк. Правоохранители могут провести расследование и попытаться найти мошенников, специалисты службы поддержки помогут удалить нежелательный контент или заблокировать отправителя, а сотрудники банка — оспорить незаконные транзакции и возможно вернуть украденные средства.

Библиографический список

1. Краткая характеристика состояния преступности в Российской Федерации за январь - сентябрь 2024 года. (Министерство внутренних дел Российской Федерации) [Электронный ресурс] URL: <https://мвд.рф/reports/item/56672721/> (дата обращения: 14.11.2024)
2. Обзор отчетности об инцидентах информационной безопасности при переводе денежных средств II квартал 2024 года (Банк России) [Электронный ресурс] URL: https://cbr.ru/statistics/ib/review_2q_2024/ (дата обращения: 15.11.2024)
3. УК РФ Статья 159. Мошенничество (в ред. Федерального закона от 08.12.2003 N 162-ФЗ). (КонсультантПлюс, 2024) [Электронный ресурс] URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/8012ecd6f64b7c9cfd62e90d7f55f9b5b7b72b755/ (дата обращения: 14.11.2024)
4. УК РФ Статья 159.6. Мошенничество в сфере компьютерной информации (введена ФЗ от 29.11.2012 N 207-ФЗ). (КонсультантПлюс, 2024) [Электронный ресурс] URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/51c53d82b60ac8c009745bdea3838d507064c6d3/ (дата обращения: 14.11.2024)

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

**Сборник статей по материалам
III Всероссийской научно-практической конференции
(21 ноября 2024 г.)**

Калужский филиал Финуниверситета г. Калуга, ул. Чижевского, 17

Тел.: (4842) 745443

ru

aspx

Формат 60×84/8. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс.

Усл. печ. л. 24,27

Подписано в печать: 10.03.2025. Тираж 300. Заказ №704

Отпечатано в типографии: ИП Карпов А.Н.

127137, Москва, ул. Правды, д. 24, стр. 3.

Тел. (499) 638-27-50. Сайт: www.tirazhy.ru