

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

ИНСТИТУТ МАГИСТРАТУРЫ

**СБОРНИК ЛУЧШИХ ДОКЛАДОВ
ПО МАТЕРИАЛАМ
X НАЦИОНАЛЬНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ ИНСТИТУТА МАГИСТРАТУРЫ
С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ НА ТЕМУ:**

**«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ
ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ И ОБЩЕСТВА»
«SCIENCE AND EDUCATION IN DIGITAL ECONOMIC
AND SOCIAL TRANSFORMATION»**

Санкт-Петербург

19–20 апреля 2021 г.

**ИЗДАТЕЛЬСТВО
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
2021**

ББК 72
С23

С23 **Сборник** лучших докладов X Национальной научно-практической конференция института магистратуры с международным участием на тему: «Наука и образование в условиях цифровой трансформации экономики и общества». «Science and education in digital economic and social transformation». Санкт-Петербург, 19–20 апреля 2021 г. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2021. – 313 с.

ISBN 978-5-7310-5383-9

В сборнике представлены доклады Санкт-Петербургского государственного экономического университета по актуальным проблемам и перспективам развития экономики и общества.

Сборник лучших докладов по материалам межвузовской конференции представляет интерес для научных работников, аспирантов, магистрантов и студентов, а также специалистов в области экономики, финансов, менеджмента, маркетинга, коммерции, качества и логистики, туризма, социологии, государственного муниципального управления, лингвистики и юриспруденции.

The collection presents the reports of St. Petersburg State University of Economics on topical issues and development prospects of the economy and society.

The collection of the best reports on the materials of interuniversity conference is interesting for scientists, postgraduates, undergraduates and students, as well as for specialists in economics, finance, management, marketing, commerce, quality and logistics, tourism, sociology, state municipal administration, linguistics and jurisprudence.

ББК 72

Редакционная коллегия: канд. экон. наук, профессор **Т.Г. Тумарова**; канд. экон. наук, профессор **Н.М. Фомичева**; канд. экон. наук, профессор **И.И. Добросердова**

Рецензенты: д-р экон. наук, профессор **Е.Е. Шарафанова**
канд. экон. наук, доцент **А.Р. Троняк**

ISBN 978-5-7310-5383-9

© СПбГЭУ, 2021

УВАЖАЕМЫЕ УЧАСТНИКИ КОНФЕРЕНЦИИ!

Оргкомитет X Национальной научно-практической конференция института магистратуры с международным участием на тему: «Наука и образование в условиях цифровой трансформации экономики и общества» «Science and education in digital economic and social transformation» проводимой в Санкт-Петербургском государственном экономическом университете, благодарит всех участников конференции.

Сборник содержит доклады профессорско-преподавательского состава СПбГЭУ и других вузов.

Оргкомитет конференции желает всем участникам успехов в научных исследованиях, развития творческого потенциала и приглашает принять участие в следующей конференции в 2022 году.

Организационный комитет:

- МАКСИМЦЕВ И.А. – ректор СПбГЭУ, д-р экон. наук, профессор, председатель;
- ШУБАЕВА В.Г. – проректор по учебной и методической работе, д-р экон. наук, профессор, заместитель председателя;
- ГОРБАШКО Е.А. – проректор по научной работе, д-р экон. наук, профессор, заместитель председателя;
- ГУМАРОВА Т.Г. – директор Института магистратуры, канд. экон. наук, профессор, заместитель председателя;
- ФОМИЧЕВА Н.М. – канд. экон. наук, доцент кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса, руководитель отделения по науке и практике Института магистратуры;
- ДОБРОСЕРДОВА И.И. – канд. экон. наук, доцент кафедры финансов, руководитель академического направления «Экономика» Института магистратуры;
- СУЛЕЙМАНКАДИЕВА А.Э. – д-р экон. наук, профессор специализированной кафедры ПАО «Газпром», руководитель академического направления «Менеджмент» Института магистратуры;
- СЛАВЕЦКАЯ Н.С. – канд. экон. наук, доцент кафедры мировой экономики и международных экономических отношений, руководитель академического отделения «Гуманитарные науки» Института магистратуры;
- ИВАНОВА Е.А. – директор Института магистратуры РГЭУ (РИНХ), д.э.н., профессор;
- ПЕНЕЛОПА ВАН ДЕН БУШ, к.э.н., доцент, Университет Париж-Дофин;
- ПЕТРОВ А.С. – начальник управления информационных технологий;
- ВОСТРИКОВА И.Ю. – директор центра управления коммуникациями и рекламой;
- МАКОСИЙ В.М. – главный редактор издательства;
- ТРЯПИЦЫНА А.А. – начальник отдела НИРС.

Агеев Антон Юрьевич

Ageev Anton Yurievich

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Банки и управление активами»

Master program "Banks and Asset Management"

e-mail: da.af@yandex.ru

ЭВОЛЮЦИЯ НАУЧНЫХ ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ КРЕДИТНЫМИ РИСКАМИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ EVOLUTION OF SCIENTIFIC METHODS OF CREDIT RISK MANAGEMENT IN COMMERCIAL BANKS

Настоящая статья посвящена анализу эволюции риск-менеджмента в коммерческих банках. Рассматривается развитие научных теорий в области оценки и управления кредитным риском, выделяются основные этапы и критерии их развития.

The article is devoted to the analysis of the evolution of risk management in commercial banks. The article considers the development of scientific theories in the field of credit risk measurement and management, highlights the main stages and criteria for their evolution.

Ключевые слова: банки, риск-менеджмент, кредитный риск, моделирование риска.

Key words: banks, risk management, credit risk, risk modeling.

История кредита начинается с древнейших времен. Уже в Древней Месопотамии 4000 лет назад кредитные отношения были настолько распространены, что потребовалось их законодательное регулирование.

Однако, как отмечает Д. В. Бураков, «вплоть до второй половины XIX века в методах оценки кредитного риска превалировал т.н. качественный подход» [1, с. 229]. При принятии решения о выдаче займа банки руководствовались персональной информацией о каждом заемщике и, т.к. банки работали в основном в границах одного региона страны, об условиях местного рынка в данном регионе.

Индустриализация привела к тому, что все большее число компаний стало нуждаться в заемных источниках финансирования, а значит возникла необходимость в проведении кредитного анализа потенциальных заемщиков.

Отсутствие единых стандартов финансовой отчетности компаний и жесткого контроля над достоверностью информации в XIX веке значительно ограничивало возможности кредитного анализа.

Именно в таких условиях в конце XIX – начале XX вв. в США зародились рейтинговые агентства, среди которых были и Standard & Poor's, Moody's и Fitch Ratings. Они распространяли среди своих подписчиков сборники, в которых приводилась финансовая отчетность компаний и экспертные суждения о их финансовом состоянии.

Впервые количественную оценку кредитному риску дал Уолтер Брэддок Хикмен в своем трехтомном исследовании кредитного риска на рынках американских корпоративных облигаций, опубликованном в период с 1953 по 1960 год. Хикмен рассчитал вероятность дефолта и доходность инвесторов по облигациям с различными кредитными рейтингами.

Это послужило толчком к исследованиям проблемы оценки вероятности дефолта компаний. Так, в последующее десятилетие разрабатываются модели прогнозирования банкротства, основанные на анализе финансовой отчетности, а также модели на основе рыночных данных по ценным бумагам заемщика.

К первому типу можно отнести модели У. Бивера (1966) и Альтмана (1968). Суть таких моделей состоит в расчете ряда финансовых коэффициентов для формирования интегрального показателя, который сравнивается с эталонными значениями.

Ко второму – модель Мертона (1973), которая основана на модели определения цены опционов Блэка – Шоулза. Недостатком данной модели является необходимость обращения акций заемщика на фондовой бирже.

В 70-е годы развитие ЭВМ позволило активно применять метод скоринговых моделей для классификации розничных заемщиков, впервые предложенный Д. Дюраном в начале 40-х годов. Данный класс моделей основан на присвоении заемщику кредитного рейтинга, в соответствии которому ставится вероятность дефолта. Ограничением выступает необходимость иметь широкий диапазон исторических данных о дефолтах заемщиков.

Окончательное становление риск-менеджмента в банках происходит в конце 1980-х гг., когда функция управления рисками передается отдельному департаменту (1987 г. – Merrill Lynch [3, с. 152]), а Базельский комитет разрабатывает принципы регулирования банковской деятельности.

В 1990-х годах создаются модели оценки вероятности дефолта по кредитному портфелю в целом. Данный класс моделей основан на использовании показателя Value at Risk, первоначально применявшимся банком J.P. Morgan для оценки рыночных рисков.

В 1997 году J.P. Morgan адаптировал данный показатель для применения в системе «CreditMetrics», что служила для оценки риска кредитного портфеля.

«Кредитный VaR (Credit VaR) отражает максимально возможные убытки по кредитному портфелю для заданного временного горизонта и доверительной вероятности» [2, с. 20].

В настоящее время развиваются продвинутое подходы оценки вероятности дефолта. К таким моделям относятся нейросетевые модели, методы нечеткой логики и др.

«Модели нейронных сетей создаются на основе компьютерных алгоритмов с использованием тех же данных, что и при построении эконометрических моделей, но при этом взаимосвязи определяются не на основе выделения лучшей модели, а путем многократного повторения, методом проб и ошибок» [2, с. 20].

Модели нечеткой логики основываются на экспертных оценках и позволяют принимать решения в случаях, когда анализ рисков производится в условиях недостатка данных и знаний.

Рассмотрение существующих теорий оценки кредитного риска необходимо для построения адекватной системы управления рисками в банке. При этом стоит отметить, что использование продвинутых методов не всегда дает точность, соответствующую затратам на их внедрение.

Список использованных источников:

1. Бураков Д. В. Становление и развитие риск-менеджмента в коммерческих банках: оценка роли инноваций // Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность: сборник статей Международной научно-практической конференции. В 8 частях. Часть 5 / Под ред. В. С. Белгородского, О. В. Кашеева, В. В. Зотова, И. В. Антоненко. – Москва : Изд-во МГУДТ, 2016. – С. 229 – 234.

2. Тотмянина К. М. Обзор моделей вероятности дефолта // Управление финансовыми рисками. – 2011. – № 1. – С. 12 – 24.

3. Georges Dionne Risk management: History, definition and critique // Risk Management and Insurance Review. – 2013. – № 16 (2). – p. 147 – 166.

Алдухова Полина Сергеевна,
Aldukhova Polina Sergeevna
 Санкт-Петербургский государственный
 экономический университет
 St. Petersburg State University of Economics
 Программа «Сервисная экономика: международные рынки услуг»
 Master program “Service Economy: International Service Markets”
 e-mail: p.aldukhova@mail.ru

Буава Нино Бадриевна,
Buava Nino Badrievna,
 Санкт-Петербургский государственный
 экономический университет
 St. Petersburg State University of Economics
 Программа «Сервисная экономика: международные рынки услуг»
 Master program “Service Economy: International Service Markets”
 e-mail: ninobuava@mail.ru

**ВЛИЯНИЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ
 НА РАЗВИТИЕ ИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ НАВЫКОВ
 И КОМПЕТЕНЦИЙ
 IMPACT OF DISTANCE LEARNING OF STUDENTS
 ON THE DEVELOPMENT OF THEIR PROFESSIONAL SKILLS
 AND COMPETENCIES**

При переходе на дистанционный формат обучения, возникает риск снижения качества высшего образования и, как следствие, процесс формирования профессиональных компетенций у студентов также находится под угрозой. В статье описано влияние дистанционного формата обучения в процессе развития профессиональных навыков и компетенций студентов высших учебных заведений России. Исследованы мнения отечественных и зарубежных специалистов, которые оказались вовлечены в цифровой формат обучения во время пандемии. Также с помощью интернет-опроса студентов ВУЗов – удалось выявить некоторую неудовлетворенность обучающихся цифровым форматом обучения.

During the transition to a distance learning, there is a risk of a decreasing the quality of higher education and, as a result, the process of development student’s professional skills are also at risk. The article describes the impact of distance learning during the process of forming professional skills and competencies of universities’ students in Russia. Opinions of domestic and foreign experts, who were involved in digital form of education during the pandemic, were researched in the article. In addition, the use of the empirical method – the Internet survey of universities’ students – provided the opportunity to identify some discontents with the digital form of education among students.

Ключевые слова: дистанционное обучение, профессиональные компетенции, учебный процесс, качество образования, цифровые технологии

Key words: distance learning, professional skills, education process, quality of education, digital technologies

В результате эпидемических ограничений 2020 г., большинство высших учебных заведений (ВУЗ) во всём мире были вынуждены перейти на дистанционный формат обучения. И если университеты Европы оказались готовы к подобным изменениям ввиду уже давно применяемых электронных образовательных программ и приложений, то ВУЗы России столкнулись с некоторыми трудностями.

Обучение, в отличие от работы, напрямую связано с усвоением новых материалов и навыков. Именно поэтому, несмотря на то, что в настоящее время студенты перешли на онлайн-платформы, качество образования должно оставаться на прежнем уровне. Сотрудникам методических структурных подразделений университета, руководству образовательных программ и профессорско-преподавательскому составу необходимо на постоянной основе обеспечивать, поддерживать и улучшать формируемые навыки и компетенции будущих профессионалов разных областей даже в условиях цифрового формата обучения.

Е.В. Челпанова и Н.А. Четвернина в своей статье определяют дистанционное обучение (далее – ДО) как целенаправленный, специально организованный процесс взаимодействия студентов с преподавателями с помощью средств информационных и коммуникационных технологий [6, с.191]. Авторы придерживаются мнения, что ДО обеспечивает гибкость и доступность образовательных программ, а также предоставляет возможности для развития мышления студентов при получении профессиональных компетенций.

Схожей точки зрения придерживаются Ю.М. Царапкина, А.Г. Миронов и А.М. Кирейчева, утверждающие, что ДО на данный момент является наиболее удобным и востребованным решением не только для студентов, но и для работающих специалистов, желающих повысить имеющуюся квалификацию [5]. Авторы Н.Б. Кузник, Е.Ю. Гаген подчеркивают, что ДО способствует самоактуализации личности студента. Во время обучения он сам выбирает, в каком месте, в каком темпе и в какой последовательности выполнять задания, а также самостоятельно ищет и отбирает необходимую для себя информацию. Преподаватель же выступает в роли мотиватора, координирующего познавательный процесс в соответствии с нововведениями и инновациями [3, с.466].

Еще одним преимуществом ДО, как отмечает М. Акбар, являются электронные учебные материалы, которые студенты могут просматривать в удобное для них время и применять для подготовки к занятиям и экзаменам [7]. В свою очередь, преподаватели могут использовать одну и ту же презентацию несколько раз для разных студенческих потоков.

Однако не все эксперты и специалисты положительно высказываются относительно дистанционной формы обучения. К недостаткам ДО

следует отнести невозможность реального контроля усвоенных знаний, умений и навыков студентов по той или иной дисциплине, что сказывается на общем качестве образования. Н.А. Лызь в своей работе делает упор на потере качества образования по причине психологических рисков: у студентов в процессе ДО не развиваются социальные навыки, а также не формируется опыт публичных выступлений [4, с.21]. Данные навыки формируют важные компетенции, которые ВУЗы должны прививать своим студентам в стенах университета. Этот автор выделяет и мотивационные риски ДО, что подтверждают в своей статье Е.В. Кузнецова и М.И. Левицкий. Авторы считают, что в настоящее время мотивация студентов сильно упала. По причине роста учебной нагрузки, вызванной недоступностью очных занятий, домашних заданий стало в разы больше. Отправив очередное задание, студенты зачастую не получают никакой обратной связи, либо получают ответ только по прошествии времени. По этой причине между студентами и преподавателем возникает «разрыв» в коммуникации, что приводит к возникновению чувства неудовлетворенности цифровым форматом обучения, снижению мотивации, а, следовательно, и снижению качества ДО в целом [2, с.72-73].

Даже при условии, что студент занимается самообразованием, многие книги и библиотечные ресурсы недоступны в сети Интернет. В некоторых ВУЗах библиотеки до сих пор закрыты, что вынуждает студентов искать необходимую информацию в непроверенных источниках. Как следствие, качество ДО снова падает. Многие авторы, в том числе Г.Г. Денисова и Н.В. Фомичева, придерживаются мнения, что ДО не подходит студентам бакалавриата [1]. По их мнению, цифровой формат обучения в большей степени ориентирован на учащихся, которые уже имеют среднеспециальное или высшее образование, а также обладают навыками самоорганизации и высокой мотивацией для обучения.

Нами был проведён интернет-опрос магистрантов СПбГЭУ по направлениям «Сервис» и «Гостиничное дело» по вопросу качества ДО. В опросе приняли участие 30 респондентов. Вопросы анкеты были составлены на основании анализа статей, посвященных оценке влияния ДО на качество высшего образования, и субъективного взгляда авторов на проблему.

Половина опрошенных нами студентов придерживается мнения, что качество образовательных услуг в ВУЗах после перехода на ДО не изменилось, 40 % - указали на значительное ухудшение качества образования, и лишь 10% считают, что качество образования улучшилось. Исключительно положительным явлением ДО считают 16,7 % опрошенных нами респондентов, 20 % отмечают существенные недостатки данного формата обучения, 40% отметили, что недостатков у ДО больше, чем

преимуществ. Остальные респонденты скорее удовлетворены сложившейся ситуацией.

Что касается подготовки преподавательского состава университетов к цифровому формату обучения, то 36,7 % студентов отметили, что большая часть преподавателей работает эффективно, 30 % придерживаются обратного мнения. Студенты отмечают, что ждать обратной связи от преподавателя приходится долго (33 % ответов), некоторые не получают обратной связи вообще (16,7 %).

Подавляющее большинство (83,3%) утверждают, что скорость обратной связи зависит от самого преподавателя. Большинство студентов считают, что они не смогут получить необходимые навыки и компетенции по своей специальности посредством ДО (43,3 % ответивших), и 13,3 % - считают иначе.

Если говорить о доступности методических и учебных пособий, необходимых для освоения дисциплин по специальности, то 30 % ответивших отметили, что университеты предоставили им полный доступ ко всем ресурсам. Остальные отмечают, что необходимые ресурсы либо заблокированы (16,7 %), либо доступны не в полной мере.

В качестве рекомендаций по улучшению ДО опрошенные студенты предложили следующее:

- улучшение взаимодействия между студентами и преподавателями, а также контроль за деятельностью преподавательского состава;
- внедрение гибридного формата обучения;
- проведение записи лекционных занятий и размещение материалов на образовательной платформе;
- контроль за нагрузкой на студентов и преподавателей;
- проверка соответствия учебного плана с возможностями передачи информации с помощью ДО;
- организация помощи студентам для социализации внутри группы.

Опираясь на мнения специалистов, а также результаты проведенного опроса, можно утверждать, что дистанционная форма обучения в том виде, в котором она на данный момент существует и применяется в России, имеет ряд достоинств и недостатков.

Систематизированные данные представлены в таблице 1.

Как видно из таблицы, ДО имеет значительные недостатки, что обусловлено не только вынужденным переходом на цифровые образовательные платформы, но и неготовностью системы образования к подобному формату. Поскольку ДО не может в полной мере заменить традиционное образование, качество образования в некоторых ВУЗах постепенно снижается. Следовательно, у студентов не формируются важные компетенции, необходимые для их дальнейшей профессиональной деятельности.

Таблица 1 – Положительные и отрицательные стороны ДО

Положительные стороны ДО	<ol style="list-style-type: none"> 1. Доступность и удобство образовательного процесса. 2. Гибкость учебного процесса. 3. Развитие у студента самостоятельности и ответственности. 4. Наличие электронных учебных материалов и возможность их неоднократного использования. 5. Развитие цифровых платформ и инструментов. 6. Организация встреч с работодателями из индустрии.
Отрицательные стороны ДО	<ol style="list-style-type: none"> 1. Разные технические возможности студентов. 2. Сложность контроля знаний студентов. 3. Отсутствие развития социальных навыков у обучающихся. 4. Снижение у студентов мотивации к учебному процессу. 5. Увеличение объема нагрузки на студентов и преподавателей. 6. «Разрыв» в коммуникации между студентом и преподавателем. 7. Недоступность некоторых библиотечных ресурсов. 8. Перебои с сетью Интернет. 9. Сложности в цифровом преподавании некоторых дисциплин.

Заканчивая наше краткое рассмотрение, укажем, что ВУЗам России стоит постепенно совершенствовать собственные образовательные платформы, грамотно составлять учебные планы и распределять нагрузку на студентов, а также контролировать способность преподавателей обучать студентов с помощью цифровых платформ.

Список использованных источников:

1. Денисова Г.Г., Фомичева Н.В. Дистанционное обучение. Общественные науки: Народное образование. Педагогика / Денисова Г.Г., Фомичева Н.В. - Минск: БГУ. - 2018. - С.126-127.
2. Кузнецова Е.В., Левицкий М.И. Особенности коммуникаций студентов и преподавателей в условиях дистанционного обучения и их влияние на качество и эффективность учебного процесса // Институты развития человеческого потенциала в условиях современных вызовов. - Екатеринбург. - 2020. - Том 2. - С. 70-76.
3. Кузник Н.Б. Современное дистанционное обучение. Преимущества и недостатки / Н.Б. Кузник, Е.Ю. Гаген // Молодой ученый. - 2017. - №11 (145). - С. 466-469.
4. Лызь Н.А., Истраторва О.Н. Информационно-образовательная деятельность в интернет-пространстве: виды, факторы, риски // Педагогика. - 2019. - № 4. - С. 16-26.
5. Царапкина Ю.М., Миронов А.Г., Кирейчева А.М. Потенциал использования и перспективы развития дистанционного обучения // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). - 2017. - Т. 8. - № 7. С. 304-318.
6. Челпанова Е.В., Четвернина Н.А. Роль дистанционного обучения в процессе развития профессиональной компетенции студентов // Достижения Вузовской Науки. - 2018. - С. 189-193.
7. Akbar M. Digital Technology Shaping Teaching Practices in Higher Education // Front. ICT. – 2016. – P. 1-5. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fict.2016.00001/full>. (дата обращения: 02.04.2021).

Башаратьян Мария Петровна
Basharatyan Maria Petrovna,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Финансы и кредит»
Master program "Finance and credit"
e-mail: Marybash17@gmail.com

Чистякова Алена Александровна
Chistyakova Alena Alexandrovna,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Candidate of economic sciences, docent
Department of Accounting and Analysis
e-mail: allena2000@mail.ru

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE MANAGEMENT OF CASH FLOWS OF A COMMERCIAL ORGANIZATION

В статье рассматривается применение информационно-технологических инструментов в анализе, планировании и оптимизации денежных потоков компании. В частности, поясняются возможности использования бухгалтерских, математических и иных программ, современных банковских онлайн-продуктов, CRM-систем и т.д.

The author of this article considers the use of information technology tools in the analysis, planning and optimization of the company's cash flows. In particular, the article explains the possibilities of using accounting, mathematical and other programs, modern online banking products, CRM-systems and other tools.

Ключевые слова: управление денежными потоками, бухгалтерские программы, бюджет движения денежных средств, платежный календарь, CRM-системы.

Key words: management of cash flows, accounting programs, cash flow budget, payment calendar, CRM-systems.

Целью исследования является изучение возможностей внедрения информационно-технологических инструментов в систему управления денежными потоками компании. Задачи на пути к достижению поставленной цели состоят в следующем:

- 1) рассмотреть использование цифровых инструментов в анализе, планировании и оптимизации денежных потоков;
- 2) выявить функциональные возможности, преимущества и недостатки автоматизированных программ;

3) сформировать вывод об уровне развития цифровых технологий в России и их способности к замещению реальных работников.

Актуальность темы объясняется следующими факторами:

1) необходимость совершенствования будущими финансовыми специалистами компетенций в сфере управления денежными потоками;

2) наличие временного лага между отражением выручки и поступлением денежных средств при одновременной важности синхронизации входящих и выходящих денежных потоков на фоне восстановления экономики после коронакризиса;

3) возможность благодаря эффективному управлению денежными потоками планировать новые проекты, капитальные вложения, обеспечивать высокие показатели кредитоспособности и т.д.

В отношении анализа наличия и движения денежных средств можно отметить, что, как правило, финансисты обращают внимание на балансовые показатели (например, абсолютную ликвидность, чистую кредитную позицию и т.д.), структуру чистого денежного потока, финансовый цикл, коэффициенты эффективности и качества денежного потока и т.д. [1, с. 115; 4, с. 166]. На практике данные индикаторы вычисляются финансистами с помощью Excel или бухгалтерских программ. Однако большинство таких программ (например, «1С: Бухгалтерия 8.3», «Контур.Пuls») выполняют в основном лишь простейшие операции (например, динамический, структурный и план-фактный анализ), что можно отметить как недостаток. В целях проведения более глубокого анализа финансистом могут быть задействованы программы Excel и Gretl, используя которые можно построить график синхронизации денежных потоков, составить уравнение тренда, рассчитать показатели среднеквадратического отклонения, коэффициенты вариации, корреляции и т.д. Полученные результаты можно в дальнейшем использовать в целях планирования денежных потоков.

Причем стоит отметить, что обычно составляют как расширенный, основательный финансовый план, имеющий стратегический характер и более длительный горизонт планирования – бюджет движения денежных средств (далее – БДДС), так и конкретизированный график денежных потоков на более краткий временной диапазон – платежный календарь. Представляется, что согласование БДДС в автоматизированных программах является сложной задачей, т.к. данный документ требует обсуждения с руководством приоритетных задач развития, а также многоэтапной скоординированной работы между различными подразделениями. Кроме того, учитывая стратегическое значение БДДС, первостепенной задачей становится сохранение конфиденциальности передаваемых данных на фоне проблем кибербезопасности. Тем не менее БДДС можно загрузить в бухгалтерскую программу (например, в «1С: Бухгалтерия 8.3») с целью отслеживания степени выполнения плана.

Составлением платежного календаря более рационально заниматься в автоматизированной программе, которая на основании ранее сформированных документов с указанными датами оплаты способна сгенерировать график поступлений и выплат. С его помощью можно оперативно фиксировать кассовые разрывы и предпринимать корректирующие меры. Платежный календарь в «1С: Бухгалтерия 8.3» представляет собой таблицу, столбцы которой содержат сведения о запланированных поступлениях и выплатах, классифицированные по 6 категориям: оплата от покупателей, налоги и взносы, платежи поставщикам, периодические платежи, прочие поступления и зарплата. Среди преимуществ программы можно отметить возможности напоминания покупателю об оплате, автоматического создания платежных поручений и сверки с контролирующими органами по зарплате, налогам и взносам. Кассовые разрывы обозначаются в программе красным цветом, что является сигналом для принятия превентивных мер.

Помимо «1С: Бухгалтерия», существуют и другие сервисы, например «Контур.Пульт». Программа автоматически обрабатывает банковские выписки, выявляет кассовые разрывы, составляет инфографику, таблицы, помогает отслеживать процедуру согласования платежей и т.д. На рынке можно отметить изобилие и других программ, значительная часть которых совместима с 1С. Однако, учитывая обеспокоенность проблемой кибербезопасности, компании предпочитают использовать программные продукты известных разработчиков.

Выявленные проблемы управления денежными потоками служат основой процессов оптимизации, которые зачастую требуют оперативного реагирования на колебания денежных остатков. В такой ситуации становится практически применим расширяющийся спектр банковских продуктов, среди которых можно выделить заключение электронных сделок по открытию депозитов в режиме онлайн. Причем в рамках краткосрочного депозита овернайт возможно размещение средств даже на одну ночь. Помимо этого, банки предлагают заработать посредством начисления процентов на неснижаемый остаток средств на расчетном счете, участия в программах по получению кэшбэка и т.д. Кроме того, популярной услугой банков является факторинг, который, в отличие от кредита и овердрафта, не требует залога, возврата средств банку и не отражается в балансе в качестве кредитного обязательства.

В рамках повышения эффективности работы с дебиторами также могут быть использованы CRM-системы (англ. customer relationship management – управление отношениями с клиентами), глобальная задача которых состоит в автоматизации взаимодействия с клиентами от момента лидогенерации до оплаты выставленных счетов. Роботы CRM

структурируют информацию по всем видам сделок, находящимся на разных этапах выполнения, контролируют разнообразные каналы коммуникаций с клиентами (отправляют им письма, смс, голосовые и текстовые сообщения в мессенджерах и т.д.), формируют сотрудникам коммерческих служб задачи, напоминают ответственным менеджерам о контроле платежа, формируют статистику по оплате счетов и т.д.

В настоящий момент одной из самых известных CRM-систем является «Битрикс24» от ООО «Битрикс-Разработка», являющего с 2015 г. участником «Сколково». Программа контролирует все стадии взаимодействия с клиентами: способствуют их продвижению по воронке продаж, создает или выгружает благодаря возможности обмена данными с «1С» документы (накладные, акты, счета), отправляет их покупателям, формирует и направляет ссылки быстрой оплаты, напоминает клиентам и их менеджерам о наступлении или пропуске сроков оплаты и т.д. Результатами использования CRM-программ являются увеличение продаж, достижение своевременности оплаты и в конечном итоге повышение как объема, так и скорости денежного притока.

К другим мерам, повышающим эффективность работы с дебиторами, относятся создание в компаниях спецотдела по администрированию дебиторской задолженности, построение системы мотивации сотрудников, качественная юридическая проработка договорных отношений и т.д. В контексте предварительной оценки финансового состояния дебиторов стоит обратить внимание на возможность использования онлайн-сервисов «СПАРК», «СБИС», «Контур.Фокус» и др.

Безусловно, если в отношении дебиторов любая компания заинтересована катализировать процесс денежных притоков, то в контексте управления кредиторской задолженностью она стремится к замедлению оттоков денежных средств. Результатом реализации обоих типов мер является сокращение финансового цикла, повышение эффективности использования оборотных активов и рост прибыли.

Итак, проведенное исследование позволяет сделать вывод о развитии и начале активного внедрения технологических инструментов управления денежными потоками компании в России. Информационные технологии пока не способны заменить реальных работников в силу своей прямолинейности, негибкости, направленности на решение строго алгоритмизированных задач, ограниченных возможностей коммуникации с субъектами деловой среды, отсутствия функций по принятию и реализации управленческих решений и т.д. Однако современные технологии являются важными вспомогательными инструментами: автоматизация бизнес-процессов устраняет необходимость выполнения рутинных, однообразных операций, сокращает время на обработку и актуализацию данных,

выявление отклонений и т.д. В заключение следует отметить, что рынок цифровых технологий в России в настоящий момент находится в стадии развития, его нельзя признать сформировавшимся, о чем свидетельствуют наличие проблемы киберрисков, высокая стоимость отдельных программных продуктов, недостаточный выбор комплексных многофункциональных программ по учету и анализу и т.д.

Список использованных источников:

1. Анализ финансовой отчетности : учеб. пособие / под ред. В. И. Бариленко. – Изд. 4-е, перераб. – Москва : Кнорус, 2021. – 234 с.
2. Бочаров В. В. Финансовый анализ. Краткий курс : учебное пособие / В. В. Бочаров. – Изд. 2-е. – Санкт-Петербург : Питер, 2009. – 240 с.
3. Карпова Т. П. Учет, анализ и бюджетирование денежных потоков : учеб. пособие / Т. П. Карпова, В. В. Карпова. – Москва : ИНФРА-М, 2019. – 302 с.
4. Лукасевич И. Я. Управление денежными потоками : учебник / И. Я. Лукасевич, П. Е. Жуков. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 184 с.
5. Платёжный календарь для бухгалтера: пошаговый алгоритм [Электронный ресурс] / СКБ Контур: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://kontur.ru/articles/5842> (дата обращения: 19.04.2021).
6. Цифровое казначейство: взаимодействие как ключ к успеху [Электронный ресурс] / PwC: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://www.pwc.ru/ru/publications/pwc-2019-global-treasury-survey.pdf> (дата обращения: 19.04.2021).

Белоголова Екатерина Сергеевна
Belogolova Ekaterina Sergeevna,
 Санкт-Петербургский государственный
 экономический университет
 St. Petersburg State University of Economics
 Программа «Учет, анализ и аудит в отраслях экономики»
 Master program “Accounting, analysis and audit in sectors of the economy”
 e-mail: kate_belogolova@mail.ru

**ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ
 ПРОГРЕССИВНОЙ ШКАЛЫ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ТАРИФОВ
 В ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКЕ
 ECONOMIC JUSTIFICATION OF USING PROGRESSIVE SCALE
 AT ELECTRIC POWER INDUSTRY PRICING**

В статье рассматривается проблема перекрестного субсидирования, а также связанная с ней проблема неэффективного потребления электрической энергии. Также в статье определено понятие нормирования потребления электрической энергии как возможного способа решения проблемы перекрестного субсидирования, рассмотрены трудности его применения и ожидаемые последствия.

The article is focused on the problem of cross-subsidization and inefficient electrical energy consumption. The article also defines the meaning of rationing electrical energy consumption as a possible way to solve the problem of cross-subsidization; it considers the difficulties of its application and the expected consequences.

Ключевые слова: электроэнергетика, тарифообразование, перекрестное субсидирование, прогрессивная шкала.

Key words: electric power industry, tariffs forming, cross-subsidization, progressive scale.

Федеральный закон от 26.03.2003 № 35-ФЗ «Об электроэнергетике» определяет понятие электроэнергетики как отрасль экономики Российской Федерации, включающую в себя комплекс экономических отношений, возникающих в процессе производства (в том числе производства в режиме комбинированной выработки электрической и тепловой энергии), передачи электрической энергии, оперативно-диспетчерского управления в электроэнергетике, сбыта и потребления электрической энергии с использованием производственных и иных имущественных объектов (в том числе входящих в Единую энергетическую систему России), принадлежащих на праве собственности или на ином предусмотренном федеральными законами основании субъектам электроэнергетики или иным лицам [1].

Иными словами, электроэнергетика – это отрасль топливно-энергетического комплекса, которая включает в себя выработку, распределение по электрическим сетям и сбыт электрической энергии конечным потребителям, обеспечивая электрификацию всех сфер жизнедеятельности общества.

Говоря о конечных потребителях электрической энергии необходимо отметить, что в отношении различных категорий потребителей действующим законодательством в сфере электроэнергетики определены соответствующие особенности формирования тарифов. Так, для населения и приравненных к нему категорий потребителей, исчерпывающий перечень которых представлен в постановлении Правительства Российской Федерации

от 29.12.2011 № 1178 «О ценообразовании в области регулируемых цен (тарифов) в электроэнергетике», региональные органы власти в области государственного регулирования цен (тарифов) ежегодно устанавливают льготный тариф на электрическую энергию, ограниченный установленным Федеральной антимонопольной службой уровнем роста. Указанный льготный тариф является следствием социально-ориентированной тарифной политики в отношении граждан, которой придерживается Правительство Российской Федерации и ее субъектов.

Занижение размера тарифа на электрическую энергию для населения приводит к тому, что ее конечная цена устанавливается ниже экономически обоснованной цены, и с целью приведения системы в равновесие действующим законодательством в сфере электроэнергетики предусмотрено перекалывание финансовой нагрузки на категорию «Прочие потребители», к которым относится промышленность (бизнес). Такое явление называется перекрестным субсидированием, в Российской Федерации оно используется с 2014 года, однако в современных рыночных условиях оправдать сложившуюся ценовую дискриминацию довольно сложно.

Объем перекрестного субсидирования населения за счет прочих групп потребителей в целом по Российской Федерации на момент начала использования такого подхода в 2014 году оценивался

в 234 млрд. руб., и его размер ежегодно увеличивается [3, с. 51].

Развитие электроэнергетики в Российской Федерации, доступность электрической энергии благодаря масштабной электрификации населения под влиянием действия антимонопольного законодательства в последние периоды вызывает появление различных проблем. Так, неэкономное использование населением электрической энергии и установление для населения льготных тарифов делают актуальными проблемы формирования тарифов для других категорий потребителей в части увеличения объемов перекрестного субсидирования. Также весьма важной проблемой нерационального использования ресурсов становится загрязнение окружающей среды, поскольку обеспечение энергетических потребностей, по большей части, происходит за счет органического топлива (уголь, газ) – 67% от всей генерируемой мощности [2]. При этом генерация электрической энергии за счет органического топлива происходит посредством его сжигания и последующего высвобождения энергии, что влечет за собой выброс продуктов горения в окружающую среду.

Использование прогрессивной шкалы при формировании тарифов на электрическую энергию для населения могло бы снизить негативные экономические и экологические последствия сложившейся вышеописанной ситуации. Рассмотрим некоторые аспекты такого метода.

Суть использования прогрессивной шкалы заключается в том, что определенный установленный объем потребляемой электрической энергии должен оплачиваться по заниженному, льготному тарифу, а потребление сверх этого установленного объема – по более высоким ценам.

При утверждении социальной нормы потребления, сверх которой электрическая энергия будет оплачиваться по повышенному тарифу, необходимо учитывать следующие факторы:

- климатические и территориальные особенности региона,
- в котором планируется введение прогрессивной шкалы (например,
 - в южных регионах страны в теплое время года зачастую активно используются кондиционеры для охлаждения помещений,
 - что значительно влияет на картину потребления электрической энергии);
 - наличие или отсутствие у потребителей установленных приборов учета электрической энергии, без которых применение рассматриваемого метода не представляется возможным;
 - используемый способ отопления (наиболее актуально
 - для индивидуального жилищного строительства, где для отопления может использоваться как газ, так и электрическая энергия);
 - оснащенность жилого помещения электрическими
 - или газовыми плитами;
 - отличие количества зарегистрированных в помещении
 - от фактически проживающих человек.

В ряде регионов в рамках пилотного проекта такой метод начали применять в 2013 году, установив социальную норму потребления электричества и соответствующий льготный тариф (оба параметра отличаются в зависимости от «экспериментальных» регионов).

В целом, наработанный пилотными регионами Российской Федерации опыт в части использования прогрессивной шкалы потребления электрической энергии показал, что граждане укладываются в утвержденный норматив [4].

Вместе с тем следует учитывать существование финансовых последствий для населения при повсеместном использовании социального нормирования потребления электрической энергии, а также вероятную последующую протестную реакцию населения на фоне не так давно проведенной в Российской Федерации пенсионной реформы, повышения размера налога на добавленную стоимость, а также экономических последствий граждан в связи с пандемией новой коронавирусной инфекции, что, безусловно, скажется на рейтинге власти.

Таким образом, вопрос о целесообразности внедрения прогрессивной шкалы при формировании тарифов на электрическую энергию требует дополнительной проработки, а решение проблемы снижения объемов перекрестного субсидирования между группами потребителей также может быть осуществимо за счет постепенного выравнивания тарифов для населения до экономически обоснованного уровня с предоставлением адресной финансовой помощи наиболее нуждающимся

домохозяйствам, стимулированием использования доступных энерго-сберегающих технологий или выделением государственных/региональных бюджетных субсидий на покрытие ресурсоснабжающим организациям того объема денежных средств, который недоплачивает население в текущей ситуации.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 26.03.2003 № 35-ФЗ «Об электроэнергетике».
2. Информация Министерства энергетики Российской Федерации об основных характеристиках российской электроэнергетики. [Электронный ресурс]. – URL: <https://minenergo.gov.ru/node/532>.
3. Золотова И.Ю., Долматов И.А., Минкова В.С. Перекрестное субсидирование в электроэнергетике: эмпирический анализ // Актуальные проблемы и перспективы развития электроэнергетики. – № 2. – 2017. – С. 51-59.
4. Энергетика и промышленность России. Нарботанный опыт по введению социальной нормы потребления электроэнергии может быть полезен в борьбе с «перекресткой» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.eprussia.ru/news/base/2019/5980794.htm>

Боронихина Екатерина

Boronikhina Ekaterina

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Международная торговля»

Master program “International trade”

e-mail: ekaterina_boronikhina@mail.ru

**ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ТАМОЖЕННОГО
ОФОРМЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ ГРУЗИЯ
DIGITAL TRANSFORMATION OF CUSTOMS CLEARANCE IN
THE REPUBLIC OF GEORGIA**

Цель исследования – определить влияние цифровой трансформации на таможенное оформление в Республике Грузия. В статье рассмотрены основные цифровые платформы, которые используются для процедур таможенного оформления.

The purpose of the study is to determine the impact of digital transformation on customs clearance in the Republic of Georgia. The article discusses the main digital platforms that are used for customs clearance procedures.

Ключевые слова: таможенное оформление, цифровая трансформация, электронные платформы, автоматизация

Keywords: customs clearance, digital transformation, electronic platforms, automation

Цифровая реформа таможенного оформления была проведена в Грузии в первое-второе десятилетие 21 века. Реформа представляет собой разработку и внедрение сервисов, и программного обеспечения в деятельность государственных органов, в данном случае – Налоговой службы и Таможенной службы Республики Грузия. Бизнес-процессы были оптимизированы благодаря программному обеспечению Asycuda и сервису Rs.ge.

Правительство Грузии решило предпринять шаги по повышению эффективности предоставления государственных услуг, а также автоматизации процедур электронного правительства для граждан и бенефициаров во всех государственных учреждениях. Вместе с Asycuda правительство Грузии внедрило современные технологии и платформы, которые помогли упростить бизнес-процессы, а также процедуры и требования к документам [2].

Грузия добилась быстрых результатов в первые годы реформ:

- Сохранение статуса страны с самым низким уровнем коррупции среди стран региона;
- Создана система нулевого или минимального уровня кассовых операций в государственном секторе;
- Достижение статуса самого высокого уровня государственных реформ;
- Улучшен рейтинг Bank Doing Business, индекс изменился - со 100-го места в 2006 году до 11-го в 2010 году (9-е место в 2018 году);
- Грузия входит в топ-10 государств-членов ООН с самой высокой приверженностью по обеспечению кибербезопасности;
- В 2010 году экономия от таможенных реформ, на которые можно было бы монетизировать льготы, составила примерно 388 млн. долл.

Внедрение электронной таможенной системы Грузии значительно повысило оперативный потенциал Налоговой службы, автоматизировало и интегрировало все таможенные процессы и управление рисками, а также создало более эффективную и современную таможенную среду.

Автоматизированная система таможенных данных ЮНКТАД (Asycuda) работает как над повышением эффективности сбора таможенных доходов, так и над укреплением институтов сбора и обработки таможенных данных в странах, где она осуществляет свою деятельность, увеличивая государственные доходы от торговли и производя связанную с торговлей статистику посредством своих проектов автоматизации, модернизации и реформ таможенных служб. Учитывая важную функцию программы и широкий спрос со стороны членов государств за услуги, которые она предоставляет, Asycuda является крупнейшей программой технической помощи ЮНКТАД, действующей более чем в 90 странах. Программа признана во всем мире за ее вклад

в модернизацию и автоматизацию таможенных процедур. Asycuda обеспечивает странам ту важнейшую роль, которую торговля может играть благодаря эффективному таможенному сбору в мобилизации внутренних ресурсов на цели развития [3].

Наряду с программой Asycuda, в Республике Грузия также был разработан и внедрен сервис Rs.ge (Revenue Service), который является связующим звеном информационных потоков между бизнесом и государством. Сервис предоставляет следующие услуги [4]:

- Обеспечение налогового учета;
- Содействие своевременному представлению налоговых деклараций;
- Проверка достоверности представления налоговых деклараций.

Лицам, участвующим в международной торговле, стала доступна исчерпывающая информация о процедурах, связанных с ввозом / вывозом товаров через таможенную границу Грузии. На портале пользователи имеют возможность получить информацию о следующем:

- Тарифные и нетарифные меры, определенные законодательством в области конкретных товаров;
- Разрешения и сертификаты, подлежащие представлению;
- Документация и органы выдачи документов, необходимых для получения разрешений и сертификатов.

Заинтересованное лицо может получить разрешение или сертификат в электронном виде. Кроме того, ведется работа с соответствующими ведомствами по обеспечению возможности запрашивать и получать все виды разрешений / сертификатов в электронном виде с веб-сайта по принципу «одного окна».

Также, сервис способствует:

- Экономии временных ресурсов;
- Правильному распределению имеющихся ресурсов;
- Соблюдению стандарта контроля качества;
- Сближению с лучшими мировыми практиками;
- Проведению точных и основанных на риске аудитов.

В рамках 3-летнего проекта с целью внедрения системы сбора, анализа и управления данными, существующими как в Налоговой службе, так и полученными от третьих лиц, в 2020 году была проделана значительная работа, в частности:

- Приобретена серверная и компьютерная инфраструктура;
- На серверах поддерживались операционные системы, сетевая инфраструктура, соответствующее программное обеспечение и системы анализа данных.;
- Проведена установка аналитической платформы;
- Разработана система управления качеством данных (DQM);

- Был создан проект инфраструктуры хранилища данных, связанный с серверами и распределением услуг;
- Была выполнена очистка / преобразование данных;
- Было обеспечено обучение персонала основам SQL и обработки данных;
- Активно ведутся работы по преобразованию данных (ETL) и моделированию управления хранилищем.

В 2020 году был подписан Меморандум о взаимопонимании по получению / обмену информацией с 12 государственными органами, на основе которого систематически осуществляется прием и обмен информацией. Доступ к информации третьих лиц расширяет аналитические возможности службы для эффективного обеспечения выявления и анализа случаев уклонения от уплаты налогов и в то же время для полной реализации прав и обязанностей, предусмотренных законодательством Грузии.

Рассмотрим подробнее результаты анализа данных, которые были собраны на сервисе Rs.ge.

В 2020 году было оформлено 277 156 таможенных деклараций на товары, в том числе – 193 675 в порядке свободного обращения и 53 563 в порядке экспорта. Следует отметить, что по сравнению с предыдущим годом количество таможенных деклараций на товары в экспортной процедуре увеличилось на 3% [1].

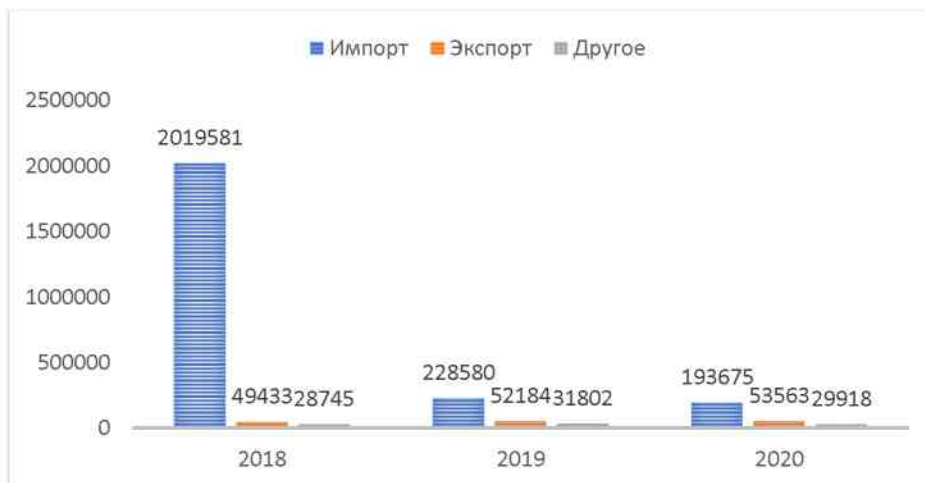


Рисунок 1 - Таможенные декларации на товары

По состоянию на 2020 год было зарегистрировано товаров на сумму 37 892 156 991 лари; в 2019 году – 38,676,687,689 лари; а в 2018 году - 36,805,953,969 лари [1].

В 2020 году количество грузовых транспортных средств, перемещающихся через таможенную границу Грузии, увеличилось на 14% по сравнению с предыдущим годом [1].



Рисунок 2 - Стоимость товаров

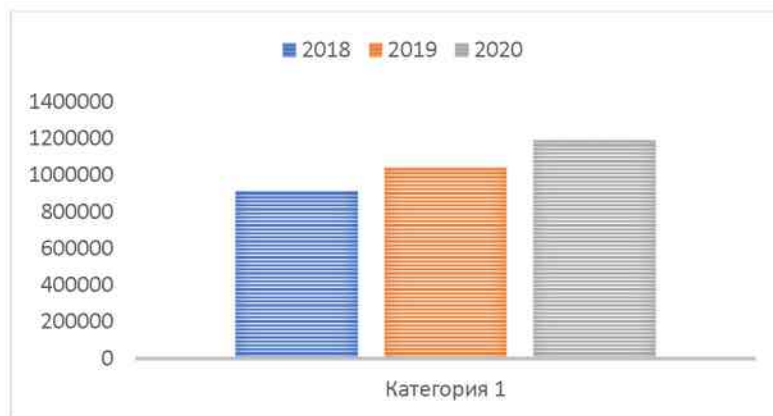


Рисунок 3 – Количество транспортных средств

На рисунке 4 отражено направление информационных потоков, осуществляющихся между конкретной компанией и правительственным сервисом. Если компания использует в своей деятельности внутреннее программное обеспечение, например 1С, то происходит взаимообмен данными между таможенной программой Asycuda, сервисов Rs.ge и 1С. Так, если рассматривать в качестве примера магазин, то информация о продажах с 1С направляется на сервис Rs.ge. Также, сервис дает доступ к данным и позволяет выгрузить их в любое время.

Таким образом, можно сделать вывод, что цифровая трансформация является залогом успеха ведения бизнеса в Республике Грузия. Так, программное обеспечение минимизировало бумажный документооборот путем современных технологий и сбора данных. Благодаря программному обеспечению Asycuda таможенные органы получают таможенные декларации и дают обратную связь, а благодаря сервису Rs.ge возможен сбор данных, его анализ и предоставление всех необходимых документов.

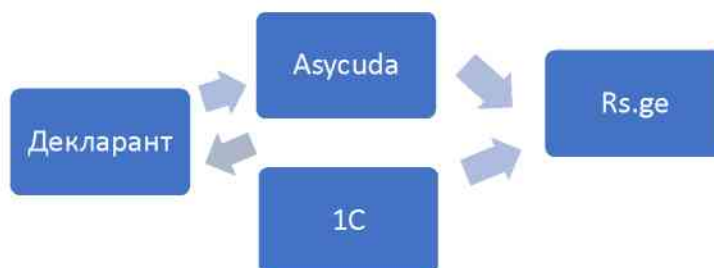


Рисунок 4 – Поток данных

Список использованных источников:

1. Ежегодный отчет Министерства Финансов Грузии. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rs.ge/Media/Default/Docs/GRS%20Annual%20Report%202020_ENG.pdf
2. Ежегодный отчет ЮНКТАД «Asycuda in Action» . – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://unctad.org/system/files/official-document/dtlasyudamisc2019d2_en.pdf
3. Официальный сайт программного обеспечения Asycuda. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://asycuda.rs.ge/asywSADinstrukciaFull.pdf>
4. Сервис налоговой службы Грузии. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: rs.ge

Булатова Дарья Сергеевна,
Bulatova Daria Sergeevna,
 Санкт-Петербургский государственный
 экономический университет
 St. Petersburg State University of Economics
 Программа «Проектный менеджмент и управление качеством»
 Master program “Project and quality management”
 e-mail: d.bulatova@inbox.ru

**ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОИСКА
 АКТУАЛЬНЫХ РЕШЕНИЙ В ОБЛАСТИ МЕНЕДЖМЕНТА
 КАЧЕСТВА
 DIGITAL TRANSFORMATION AS A TOOL FOR SEARCHING
 FOR RELEVANT SOLUTIONS IN THE FIELD OF QUALITY
 MANAGEMENT**

Цифровая трансформация затрагивает все сферы управления бизнесом, в том числе менеджмент качества. Цифровые технологии Индустрии 4.0 интегрируются в

системы менеджмента качества организаций, становясь актуальными решениями задач качества. В статье указаны современные технологии управления качеством, а также проанализирован опыт их реализации в российских и зарубежных компаниях.

Digital transformation affects all areas of business management, including quality management. Digital technologies of Industry 4.0 are being integrated into the quality management systems of organizations, becoming relevant solutions to quality problems. The article indicates modern technologies of quality management, and also analyzes the experience of their implementation in Russian and foreign companies.

Ключевые слова: цифровая трансформация, менеджмент качества, Индустрия 4.0.

Key words: digital transformation, quality management, Industry 4.0.

Цифровая трансформация – использование современных высокотехнологичных инструментов для кардинального повышения производительности компаний – является актуальным вопросом для изучения. Внедрение инновационных технологий Индустрии 4.0 (Новой технической революции) привело к глобальным изменениям в предпринимательской деятельности компаний. В современных организациях происходит смена технологического уклада, осуществляется цифровая трансформация, затрагивающая все бизнес-процессы, в том числе управление качеством. В связи с этим трансформируется подход к ведению бизнеса, меняются требования к тому, какие информационные технологии должны быть внедрены на предприятии [1, с. 137].

В области менеджмента качества цифровая трансформация позволяет оптимизировать процессы, связанные с принятием решений; повысить эффективность функционирования компании при одновременном снижении рисков; улучшить качество производимой продукции или предоставляемых услуг; обеспечить рост эффективности взаимодействия между подразделениями в организации; повысить имидж организации в глазах непосредственных потребителей и всех стейкхолдеров.

В отличие от традиционных инструментов управления качеством, цифровая трансформация предлагает перейти на следующий этап – перевести операции управления качеством в цифровой вид, используя технологии Индустрии 4.0, такие как «Интернет вещей», прогнозная аналитика, дополненная реальность и т.п.

В условиях цифровой трансформации инициируется необходимость разработки, создания и применения качественно новых технологий для поиска актуальных и своевременных решений в области менеджмента качества [2, с. 13]. Важно отметить, что технологии адаптируются к условиям применения в организации и создаваемой продукции или услуг [4]. Данные инструменты применяются комплексно или индивиду-

ально, ориентируясь на сущность деятельности организации. На сегодняшний день наиболее интересными и актуальными решениями в области менеджмента качества являются:

1. Роботизированная автоматизация процессов (RPA). Данная технология позволяет компаниям использовать «цифровых сотрудников» или программных роботов, имитирующих действия человека, которые взаимодействуют с различными IT-системами для выполнения многообразных задач. В 2020 году в ПАО «Промсвязьбанк» в рамках программы роботизации операционных процессов банка были внедрены RPA на различные банковские процессы (открытия счетов, процессы по урегулированию просроченной задолженности и т.д.). Внедрение роботов позволило банку оптимизировать выполнение процессов, сократить количество ручного труда, что в свою очередь повысило качество консультационных услуг банка.

2. Предиктивная аналитика качества. Предиктивная аналитика подразумевает предсказательную (прогнозную) аналитику большого количества данных. Она изучает производственные и бизнес-процессы, систематизирует полученный объем информации и прогнозирует дальнейший исход событий. Предиктивная аналитика качества позволяет производителям выявлять причины, которые могут привести к снижению качества продукции, своевременно отреагировать и откорректировать их. Так, в ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтеоргсинтез» на 2021 год с помощью предиктивной аналитики отслеживается работа 162 единиц техники на предприятии. Данная система предиктивной аналитики на основе искусственного интеллекта выстраивает причины отказов, включается в ситуациях аномального состояния, что позволяет оптимизировать систему управления качеством.

3. Машинное зрение для контроля качества. Машинное зрение является электронной альтернативой человеку на операциях ручного или визуального контроля качества. Машинное зрение на основе глубокого обучения увеличивает производительность и снижает издержки производства благодаря контролю качества каждой единицы продукции. В винодельческой компании «Золотая Балка» была внедрена технология машинного зрения Datalogic для автоматизации технологического процесса производства вина, минимизации рисков возврата, исключения человеческого фактора, что соответственно ведет к повышению качества предлагаемой продукции.

3. «Интернет вещей» (IoT). Регистрация и анализ данных является одной из самых трудоемких задач управления качеством. Интернет вещей – это концепция взаимодействия нескольких устройств, которые способны собирать, обрабатывать, хранить и отправлять данные по Интернету для обмена информацией. Устройствами сбора данных могут

быть различные камеры, датчики и т.п. Благодаря системе «больших данных» незамедлительно анализируется информация из нескольких устройств. Так, в ветряных энергетических установках General Electric имеется около 20 000 датчиков, производящих 400 замеров в секунду и передающих информацию посредством Глобальной сети, что позволяет оптимизировать качество работы ветряных электростанций [5].

4. «Цифровой двойник» (электронная модель). Это виртуальная модель изделия, которая на микро- и макро- уровнях может являться прототипом будущего объекта или описывать реально существующий объект (выступая дублем готового конкретного изделия). При реализации менеджмента качества цифровой двойник помогает в определении характеристик безотказной работы объекта, прогнозирует и диагностирует неисправности, дополняет технические и эксплуатационные сведения по объекту, что способствует росту удовлетворенности клиентов качеством продукта или услуги. Американская компания Tesla создает цифровые двойники для каждого производимого электромобиля, обеспечивая тем самым постоянный поток данных о работоспособности автомобиля, что позволяет Tesla повышать надежность и улучшать качество продукции с каждым днем.

5. Виртуальная и дополненная реальности в менеджменте качества. Виртуальная реальность является созданным техническими средствами миром, который передается человеку через органы чувств. На современном этапе технологии виртуальной реальности находят свое применение и в области менеджмента качества. Немецкая организация по разработке и производству упаковочного оборудования для фармацевтической промышленности Bausch + Stroebel внедрили модель виртуальной реальности в проектировочные и производственные процессы. Применяя IC.IDO, решение компании ESI Group в области виртуальной реальности, инженеры Bausch + Stroebel моделируют последовательность процесса сборки-разборки станков и определяют эргономические недостатки своих изделий, что напрямую связано с менеджментом качества.

6. Big Data (Большие Данные). Big Data – это большое количество данных (структурированных и неструктурированных), поступающие в режиме реального времени, обрабатываемые с очень высокой скоростью и получаемые из числа разнообразных источников [3, с. 26]. Технологии, функционирующие на основе Big Data, способствуют непрерывному улучшению продуктов, повышают эффективность менеджмента качества компаний. Компании DJI и Skycatch совместно разработали для японской компании Komatsu специальные рабочие дроны. Аппараты используются для создания 3D-визуализации строительных площадок. На основе технологии Big Data оптимизируются строительные комплексы в Японии, а также производится контроль эффективности качества строительных работ.

7. Беспилотные технологии. Использование дронов и других видов беспилотных технологий позволяет компаниям оперативно получать актуальную, регулярно обновляемую информацию о состоянии исследуемой территории. Такие данные помогают увеличить эффективность управления качеством, зачастую в строительных или агропромышленных компаниях. Российская компания Ctrl²GO специализируется на разработке и внедрении цифровых продуктов в промышленности. Компания предлагает агропромышленному комплексу расположить на дронах мультиспектральные камеры, позволяющие проследить за скотом, увидеть заболевшие растения, а также совершить предиктивный анализ качества месторасположения будущего урожая.

8. 3D-печать (аддитивное производство). 3D-печать или аддитивное производство является технологией послойного изготовления трехмерных деталей. Компании используют аддитивные технологии для повышения качества продукции, стремясь сократить время производства и затраты. В качестве средства визуализации 3D-печать помогает предприятиям определять вероятность создания неудовлетворительной или дефектной продукции. Компания «ТЕН.МедПринт» занимается печатью эндопротезов и имплантатов по моделям клиентов с помощью аддитивных технологий. Применение 3D-печати позволяет создавать изделия с улучшенными свойствами, практически любой степени сложности и геометрии, экономить расходные материалы и запускать производство эндопротезов и имплантатов в более короткие сроки.

9. Искусственный интеллект (нейросети). Для управления процессами в менеджменте качества применяются различные инструменты (например, статистические методы). На сегодняшний день для этих задач применяется искусственный интеллект в связи с появлением алгоритмов глубокого обучения нейронных сетей. Обученная нейронная сеть определяет необходимую информацию быстрее и эффективнее, нежели человек или автоматизированные комплексы, действующие на основе обработки статистических данных. В ПАО «Сбербанк» искусственный интеллект внедрен в работу контактных центров. Автоматизированная система интеллектуального управления качеством анализирует качество работы операторов колл-центров компании, определяет ошибки и направления их корректировки. Данная система интеллектуального управления качеством в ПАО «Сбербанк» создана на основе Data Science с передовыми технологиями и алгоритмами искусственного интеллекта, а также знаний высококвалифицированных специалистов в области клиентского сервиса. Интеграция искусственного интеллекта в работу контактных центров повышает качество обслуживания в компании.

Таким образом, новейшие цифровые технологии Индустрии 4.0 находят свое применение при управлении качеством в различных орга-

низациях, становясь актуальными решениями возникающих в данном процессе задач. Использование технологических инноваций положительно влияет на развитие системы управления качеством благодаря производству высокотехнической продукции, повышению эффективности затрат, увеличению лояльности потребителей. Процессы цифровой трансформации компаний помогают не только устранять проблемы неэффективности системы управления качеством, но и становятся катализатором для ее развития и совершенствования.

Список использованных источников:

1. Александрова Т.В. Цифровизация как современный тренд развития менеджмента производственных организаций // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2019. – Т. 13, № 3 – С. 137-144.
2. Ковригин Е.А., Васильев В.А. Пути развития СМК в условиях цифровизации // Компетентность / Competency (Russia). – 2020. – № 6. – С. 12-17.
3. Попова Л.Ф. Стратегия развития менеджмента качества на отечественных промышленных предприятиях при переходе к «цифре» // Экономический журнал. – 2018. – № 1 (49). – С. 26-40.
4. Сидорин В.В. Система менеджмента качества организации в цифровой экономике // Методы менеджмента качества. – 2018. – № 2. – С. 28-35.
5. Обзор PwC «Интернет вещей» и его значение для промышленности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.pwc.ru/ru/publications/iot-for-industry_.pdf, свободный. – Загл. с экрана.

Быструхина Яна Алексеевна
Bystrukhina Yana Alekseevna,
 Санкт-Петербургский государственный
 экономический университет
 St. Petersburg State University of Economics
 Программа «Корпоративные финансы»
 Master program “Corporate finance”
 e-mail: yanabustruhina@gmail.com

**ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ДОИНВЕСТИЦИОННОЙ
 СТОИМОСТИ ЦИФРОВЫХ СТАРТАПОВ
 FEATURES OF ASSESSMENT OF THE PRE-INVESTMENT VALUE
 OF DIGITAL STARTUPS**

В статье рассмотрены исключительные характеристики цифровых стартапов, отличающие их от субъектов малого и среднего предпринимательства. Выведена формула дивергенции в оценке стоимости цифрового стартапа.

The article examines the exceptional characteristics of digital startups that distinguish them from small and medium-sized businesses. Also, the article deduced the divergence formula for assessing the value of a digital startup.

Ключевые слова: Стартап, инновации, дивергенция, оценка стоимости, pre-seed.

Key words: Startup, innovation, divergence, valuation, pre-seed.

Следует определить, почему цифровые стартапы имеют особенности в разрезе оценки их стоимости: разумеется, для этого необходимо описать различия между стартапом и малым бизнесом. Слово «стартап» стало модным после выходя ряда ключевых фильмов и сериалов о фее-рическом успехе ныне известных предпринимателей, в обывательском контексте его понятие размылось. Каждый второй предприниматель, романтизируя образ стартапера, так себя и называет.

Есть достаточно четкий диапазон общепринятых свойств, отличающих стартапы от субъектов МСП, а именно:

1. Инновационная направленность деятельности
2. Финансирование в первую очередь за счет внешних инвестиций, а не банковского кредитования или собственных средств. Также популярен краудфандинг и краудинвестинг
3. Стремление к интенсивному завоеванию максимальной доли рынка
4. Уникальность решения
5. Темпы развития проекта – чем быстрее, тем больше вероятность успеха
6. Нарращивание стоимости компании для продажи доли или проекта в целом, в отличие от принятого в МСП наращивания выручки и чистой прибыли.
7. Под продуктом чаще всего подразумевается не осязаемый физически товар или услуга, а технология или решение
8. Абсолютно уникальная, присущая стартапам инфраструктура развития

В мировой практике оценки стоимости цифровых стартапов играет огромную роль так называемая дивергенция оценки стоимости, несоответствие интересов инвесторов pre-seed этапа и руководства стартапа, представленного CEO. Зачастую оценка стоимости стартапа, проводимая руководством, абсолютно непривлекательна для инвесторов, и наоборот: пересечение точек зрения – крайняя редкость. Этот факт обусловлен тем, что оценка стоимости стартапа на этапе pre-seed определяет размер первоначальных инвестиций, без которых развития проекта быть не может. То есть средства, получаемые стартапом с MVP от инвесторов или

венчурных капиталистов, имеют большую ценность вне зависимости от их величины, нежели любые последующие поступления. Разумеется, это повышает ожидания доходности у инвесторов и при отсутствии понимания может задать неделовой тон взаимоотношений стартапа и инвестора, повысив состязательность между ними.

Дивергенция в трейдинге, простыми словами – разница темпов роста стоимости акций с учетом их размытия с ростом компании с темпами роста стоимости оцениваемой компании. В этом контексте формулу дивергенции оценки стоимости стартапа можно представить так:

$$\text{Div} = (EV_n/EV_0)/(P_n/P_0),$$

где EV_0 – оценочная стоимость компании, равная первоначальным инвестициям;

EV_n – оценочная стоимость компании через n лет;

P_0 – стоимость одной акции инвестора после вложения первоначальных инвестиций;

P_n – стоимость одной акции инвестора через n лет.

Для лучшего понимания формулы проиллюстрирую ее с помощью элементарного примера. Представим, что стартап X с готовым MVP в 2021 году привлекает инвестиции у бизнес-ангела Y в размере 5 миллионов долларов. 5 миллионов долларов – оценочная стоимость стартапа в 2021 году. В 2021 году стоимость одной акции из пула, находящегося во владении у инвестора Y , составляет 5 долларов за штуку. Спустя 2 года, в 2023 году стоимость компании X оценивается в 50 миллионов долларов. Стоимость одной акции компании X возросла с 5 долларов до 10. Этой информации достаточно для определения величины дивергенции:

$$D = (50/5)/(5/10) = 10/0,5 = 20$$

Темп роста компании $X = 10$, а темп роста стоимости акций с учетом размывания доли собственности инвестора = 2, хотя по ожиданиям инвестора Y последний показатель должен быть идентичен первому, то есть инвестор при первоначальной оценке стоимости стартапа ожидал, что стоимость приобретаемых им акций возрастет с 5 долларов США до 50 за штуку. При таком сценарии величина дивергенции 20 – это степень сокращения доли инвестора с течением времени в 20 раз.

В успешно функционирующих компаниях значение дивергенции колеблется от 3 до 5, следовательно, инвесторы системно соглашаются с сокращением доли акций в 5 раз при условии значительного увеличения стоимости компании. Однако важно отметить, что с развитием такого рода взаимоотношений инвесторов и стартапов возникают новые методы их взаимодействия, которые тяжело измерить и оценить упомянутым способом: например, когда на pre-seed этапе инвесторы настаивают на работе не с обыкновенными, а с привилегированными акциями.

Стартапы зачастую сравнивают с волшебными коробками, чья стоимость возрастает, как только вы в нее что-то «вкладываете». Эта мысль основана на том, что на стоимость стартапа влияет неограниченное количество факторов: от оценки самой идеи до, например, наличие или отсутствие патента на объекты интеллектуальной собственности. Волшебность заключается не только в максимизации ее стоимости, но и в том, что отдача вложенных средств может оказаться космической.

Список использованных источников:

1. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 2 июня 2016 г. No 1083-р // Правовая база ГАРАНТ. Режим доступа: <http://www.garant.ru/news/664330/>

Бычков Игорь Геннадьевич

Bychkov Igor Gennadievich

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

доцент, к.э.н.

Associate Professor Activities, Ph.D.

e-mail: igor.bychkov.spb@yandex.ru

Рахаева Надежда Алексеевна

Rakhaeva Nadezhda Alekseevna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Сервисная экономика: международные рынки услуг»

Master program "Service economics: International service markets"

e-mail: rahaevanadya@gmail.com

**КРЕАТИВНЫЕ ПРОСТРАНСТВА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА
КАК ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОЙ АКТИВНОСТИ
В ГОРОДЕ**

**CREATIVE SPACES OF ST. PETERSBURG AS A POTENTIAL
FOR EVENT ACTIVITY DEVELOPMENT IN THE CITY**

В статье рассмотрены особенности развития креативных пространств в Санкт-Петербурге, как событийных площадок, проанализирован их вклад в процесс формирования событийного потенциала города.

The article examines the features of the creative space's development as event venues, in Saint-Petersburg, analyzes the creative spaces contribution to the event potential of the city.

Ключевые слова: креативные пространства, креативные индустрии, мероприятия, событийный потенциал г. Санкт-Петербург.

Key words: creative spaces, creative industries, events, event potential of St. Petersburg

Креативные пространства к концу XX века, получившие свое развитие в США и Европе, на сегодняшний день являются драйвером экономики отдельных регионов развитых стран. Их вклад в мировой ВВП, согласно статистике, составляет примерно 3 %, что соизмеримо со строительной отраслью во многих странах [1]. Европейские мегаполисы, такие как Рим, Амстердам, Лондон, Берлин, гораздо активнее развиваются за счет создания креативных пространств.

Города России, в частности Санкт-Петербург, являясь центром событийной активности, ежегодно привлекая большое количество туристов со всего мира, обладая богатым культурным наследием, в последние годы наращивает количество креативных пространств. В этой связи актуальным становится проведение исследований роли креативных пространств Санкт-Петербурга в формировании событийной активности города.

Цель данной статьи - представить краткий анализ креативных пространств Санкт-Петербурга для выявления их потенциала в формировании событийной активности города. Методология исследования основывается на анализе статистических данных, агрегировании различных показателей, характеризующих важнейшие факторы развития событийного потенциала города за счет креативных пространств.

Исторически сложилось, что креативные пространства создаются на территориях бывших индустриальных районов, утративших своё первоначальное предназначение. На сегодняшний день в крупных городах России была взята за основу данная модель создания креативных пространств, широко применяемая в Европе. Выставочный научно-исследовательский центр «R&C» представил результаты исследования событийного потенциала регионов России на конец 2020 г, согласно которым Санкт-Петербург позиционируется, как ключевой событийный центр России [6].

Согласно статистическим данным ASI, ежегодная совокупная выручка организаций креативных индустрий в Санкт-Петербурге составила 1,1 трлн руб., а вклад отрасли в ВРП в процентном соотношении равен 12 %. Более того, отрасль обеспечивает рабочими местами 12,6 % всего занятого населения Санкт-Петербурга. Свою деятельность в данной области ведут 12,4 % всех организаций города, в основном являющиеся представителями малого и среднего предпринимательства [4].

В ходе нашего исследования мы рассматриваем показатели, оказывающие наиболее существенное влияние на развитие событийного

потенциала региона, характеризующие состояние материально-технической базы, региональную политику поддержки креативной деятельности, опыт проведения значимых мероприятий, возможности осуществления креативных проектов во время пандемии.

Во-первых, промышленное наследие города включает в себя огромное количество заброшенных зданий дореволюционной постройки в центре города, в числе которых «Исторический центр Санкт-Петербурга и связанные с ним группы памятников», включенные в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО. В ходе создания креативных пространств, исторические здания и сооружения, являющиеся памятниками промышленной архитектуры, бережно реставрируются. Следуя успешному примеру реновации «Новой Голландии» и «Севкабель Порта», было восстановлено, и в 2020 году открыло свои двери для всех желающих пространство «Никольские ряды». Поблизости от вышеупомянутого «Севкабель Порта» летом 2021 г. открывается социально ориентированное пространство «Нормальное место».

В настоящее время в Санкт-Петербурге действуют по разным оценкам от 50 до 100 объектов «креативной инфраструктуры» общей площадью более 180 тыс. кв. м, увеличившись за два года по общей площади более чем в два раза [2]. Крупнейшими креативными кластерами остаются территории Васильевского острова («Севкабель Порт», «DOT», «Эрарта», «АртМуза»), Адмиралтейский район («Новая Голландия», «Бертгольд Центр», «Никольские ряды»), Центральный район (Лофт-проект «Этажи», «Игры разума»).

Рассмотрим региональную политику в области событийной деятельности города. Креативные пространства нуждаются в государственной поддержке. Однако на сегодняшний день сотрудничество между государством и частным бизнесом в отношении креативного сектора в нашей стране недостаточно развито в сравнении с западноевропейским регионом. В течение последних нескольких лет была разработана и одобрена концепция поддержки креативных пространств Санкт-Петербурга под названием «Аренда памятников за 1 рубль» [3].

Бывшие промышленные объекты предоставляются в аренду по льготным ставкам при условии реставрации зданий, а также последующего использования не менее 70 % площадей для культурной, творческой или образовательной деятельности. На сегодняшний день ведется работа по реставрации нескольких зданий, а успешным примером реализации данной программы можно считать здание библиотеки лесопильного производства Ф.Я. и Н.Я. Колобовых на улице Большая Зеленина, восстановленное под административные нужды. Всего Администрацией города было подготовлено более 20 объектов для участия в данной про-

грамме, расположенных на Васильевском острове, в Центральном и Адмиралтейском районах, которые в скором времени могут быть приспособлены под новые креативные пространства [3].

Важной составляющей событийного потенциала региона является наработанный опыт проведения значимых мероприятий. Ежегодно Санкт-Петербург привлекает большое количество событий различного масштаба. Креативные пространства становятся площадками для их проведения, конкурируя с классическими площадками: музеями, выставочными и концертными залами. Так «Севкабель Порт» принимал мероприятия, проводимые в рамках Петербургского Международного экономического форума (ПМЭФ), который ежегодно, за исключением 2020 г., проводится в городе и привлекает более 20 тыс. человек, включая глав государств, общественных деятелей, руководителей крупнейших российских и иностранных компаний. В 2019 г. на территории порта в рамках культурной программы форума было проведено закрытое мероприятие для участников и концерт музыкальной группы. Альтернативной площадкой для проведения музыкальных выступлений в рамках ПМЭФ является Дворцовая площадь, где оформляется зона для гостей форума.

Говоря о событийном потенциале города, необходимо упомянуть и влияние пандемии Covid-19 на креативные индустрии. Развитие данного сегмента напрямую зависит от личного присутствия жителей города. Большую часть его резидентов составляют представители малого бизнеса, в связи с чем принятые ограничения поставили под угрозу функционирование организаций, и, как следствие, креативные пространства потеряли до 70 % финансовых поступлений. Весной 2020 г. прекратили свое существование «Голицын Лофт» и «Ткачи» - одни из самых крупных пространств города, а компания «Miles & Yards» приостановила сотрудничество с «Севкабель Портом». Несмотря на сложности, операторами площадок были предприняты меры по поддержке своих резидентов, такие как более гибкие условия аренды, сохранение рабочих мест.

С другой стороны, благодаря многофункциональности креативных пространств: наличию магазинов, ресторанов, концертных площадок, гостиниц, им было проще справиться с последствиями пандемии. Так «Бертгольд центр», пользовался возможностью продажи еды и напитков «навынос». Несмотря на отсутствие прогнозов дальнейшего развития отрасли, компания «BS Art Development Group» в начале 2021 г. открыла самое большое (30 тыс. кв. м) креативное пространство в центре города - «Вавилов Лофт», расположенное на Васильевском острове. Инвестиции в проект составили 300 млн руб., проект стал идейным преемником «Голицын Лофта» [5]. На начало 2021 г. большинство проектов продолжают

функционировать, придерживаясь существующих ограничений и соблюдая требования Роспотребнадзора, касающиеся воспрепятствованию пандемии коронавируса, переводя часть своей деятельности в онлайн формат: «Новая Голландия» проводит трансляции лекций, а «Бертгольд центр» - занятия спортом в прямом эфире.

В ходе исследования нами были проанализированы особенности функционирования креативных пространств, формирующие событийный потенциал города. Прежде всего, экономические показатели последних лет, за исключением 2020 г., свидетельствуют об эффективности их деятельности в Санкт-Петербурге. С каждым годом увеличивается выручка, число занятых, количество объектов и занимаемая ими площадь.

Санкт-Петербург обладает огромным культурно-историческим наследием, в виде зданий и сооружений, которые могут быть реконструированы для дальнейшего использования в качестве творческого пространства подобно европейской модели. Для успешной реализации проектов частные компании нуждаются в поддержке государства, механизмы которой менее развиты в сравнении с европейскими странами. Однако в этой области существует высокий потенциал для сотрудничества.

Креативные пространства не остаются в стороне во время высокого туристского сезона и проведения крупномасштабных городских мероприятий: от международных форумов до международных музыкальных фестивалей, конкурируя с традиционными площадками, а зачастую иницируя такие мероприятия самостоятельно.

Несмотря на негативное влияние пандемии на креативный сектор, и как следствие этого, прекращение работы нескольких креативных объектов, многие проекты нашли возможности для дальнейшего своего развития во многом за счет многофункциональности площадок, адаптации предоставляемых услуг под нужды горожан, уникальности предлагаемых услуг, а также запуска новых центров притяжения творческих людей для совместной деятельности.

Список использованных источников:

1. How the creative economy can help power development // Официальный сайт. United Nations Conference on Trade and Development. 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/UbVNp> (дата обращения 02.04.2021).
2. Saint-Petersburg Street Retail Market – 2017 // Официальный сайт Агентства Knight Frank. [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/UbVTd> (дата обращения 12.04.2021).
3. В Санкт-Петербурге стартовала программа «Аренда памятника за 1 рубль» // Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга. [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/kio/news/172931/> (дата обращения 12.04.2021).

4. Креативные индустрии // Крауд платформа: 100 городских лидеров 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://100gorodov.ru/creativeindustries> (дата обращения 12.04.2021).

5. Креативное пространство «Вавилов Лофт» открывается в Петербурге // Деловой Петербург. 2021. 04 февраля. [Электронный ресурс]. URL: https://www.dp.ru/a/2021/02/04/Novij_kreativnij_klaster (дата обращения 14.04.2021)

6. Рейтинг событийного потенциала российских регионов – 2020 // Выставочный научно-исследовательский центр R&C. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. URL: <http://rnc-consult.ru/publications/rejting-sobytiynogo-potentsiala-rossijskix-regionov-2020.html> (дата обращения 02.04.2021)

Веденяпина Полина Александровна
Vedenyapina Polina Alexandrovna,

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Проектный менеджмент и управление качеством»

Master program «Project and quality management»

e-mail: vedenyapina.po@gmail.com

ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫЙ КРАУДСОРСИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБУЧЕНИЯ И РАЗВИТИЯ СОТРУДНИКОВ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье рассматривается влияние кадрового потенциала на конкурентоспособность компании. Раскрывается сущность и возможность применения технологии краудсорсинга в процессе создания организационного знания и обучения сотрудников компании.

The article examines the impact of human resources on the competitiveness of the company. The essence and the possibility of using crowdsourcing technology in the process of creating organizational knowledge and training of company employees is revealed.

Ключевые слова: корпоративная система обучения, научный потенциал, краудсорсинг, обучение персонала, управление знаниями.

Key words: corporate training system, scientific potential, crowdsourcing, personnel training, knowledge management.

Глобализация экономики повышает требования к уровню инновационного развития современных организаций, который, в свою очередь, определяет её конкурентоспособность на рынках. Прямое влияние на инновационность оказывает научный потенциал компании или то, насколько оптимально компания способна управлять знаниями. Организации, которые уделяют должное внимание развитию системы управле-

ния знаниями получают очевидный выигрыш в конкурентной борьбе. В этой связи на первый план выходят такие элементы как способность генерировать эти знания быстрее конкурентов, аккумулировать и передавать их, обеспечивая доступность и качество. Все эти элементы объединяются корпоративной системой обучения, целью которой является повышение квалификации персонала путем передачи знаний и навыков.

Процесс возникновения необходимости в новых знаниях и навыках обычно порождается расширением круга рабочих задач сотрудников, у которых в определенный момент времени образуется нехватка компетенций для решения этих задач. Компетенции – это совокупность знаний, навыков умений, установок и поведения сотрудников, способствующая достижению целей и задач компании [2, с. 3].

С целью восполнения недостающих компетенций в практике крупных российских корпораций применяются различные инструменты обучения: программы переобучения и повышения квалификации для сотрудников, приглашение консультантов для проведения мастер-классов и т.д. Все эти инструменты объединяет то, что они направлены на привнесение знаний и навыков в корпоративную систему обучения извне.

В этой связи возникает вопрос: а что, если необходимые знания уже есть в компании? Данный вопрос особенно актуален для крупных компаний, так как в них нередко могут возникнуть ситуации, когда компетенциями для выполнения какой-либо задачи обладают непрофильные сотрудники. Однако, проблема в том, что из-за отсутствия налаженного обмена знаниям и навыками внутри компании, руководители скорее прибегают к обучению при помощи внешних инструментов, что предполагает дополнительные затраты, низкую заинтересованность и вовлеченность сотрудников в процесс обучения и не всегда позволяет достичь желаемого результата.

Решением такого противоречия может стать внутрикорпоративный краудсорсинг. В широком смысле краудсорсинг можно определить как способ привлечения большого количества людей к решению различного рода задач [3, с. 226].

Процесс краудсорсинга условно можно разделить на 6 этапов:

- постановка задачи заказчиком проекта;
- отбор участников;
- генерация идей;
- голосование за идеи;
- отбор итогового решения;
- реализация.

В контексте инновационных процессов компании внутрикорпоративный краудсорсинг подразумевает использование интеллектуальных

возможностей сотрудников для создания новых идей, которые направлены на улучшение существующих или разработку новых технологий, продуктов и бизнес-процессов, с помощью использования специальных технологий. Технологии в данном случае предусматривают создание краудсорсинговых платформ, которые аккумулируют знания многих пользователей с целью генерации и распространения знаний и инновационных идей.

Для повышения эффективности управления знаниями в компании краудсорсинговая платформа может быть объединена с корпоративной системой обучения. Данное взаимодействие может позволить, с одной стороны, обеспечить передачу компетенций от одних сотрудников другим с другой стороны, тиражировать новые знания, полученные в процессе решения задач, агрегируемых краудсорсинговой платформой.

Ценность технологии краудсорсинга заключается также в том, что её применение позволяет объединить информационный подход к управлению знаниями с человекоориентированным. Информационный подход, основанный на ведущей роли IT-технологий в данном процессе, предполагает управление формализованными знаниями посредством информационных систем. Человекоориентированный же базируется на представлении, что главными носителями знаний являются люди - они способны генерировать и тиражировать компетенции. Этот подход позволяет также управлять неформализованными знаниями, которые зачастую могут быть более ценными, чем формализованные. Сочетание данных подходов отражено в модели «Создания организационного знания через взаимодействие формализованного и неформализованного знания» японских ученых И. Нонака и Х. Такеучи. Суть данной модели заключается в том, что организационное знание создается и тиражируется в рамках всей компании благодаря процессу трансформации знания, который включает этапы социализации, экстернализации, комбинации и интернализации [1, с. 31]. Реализация технологии краудсорсинга отражает этапы экстернализации и интернализации.

1) Экстернализация предполагает коллективное размышление, обсуждение, развитие концепций, что в процессе краудсорсинга реализуется на этапах предложения идей и голосования. Например, краудсорсинговая платформа компании Nestle, функционирующая в рамках акселерационной программы InGenius предлагает любому сотруднику компании возможность подать свою идею, оценить идею другого сотрудника [4, с. 70]. Экстернализация также проявляется на этапе разработки прототипа продукта, который в InGenius реализуется по принципу хакатона.

Еще один пример – онлайн-платформа идей в рамках программы внутреннего предпринимательства Invent It компании Lufthansa, на кото-

рой каждый сотрудник имеет свой виртуальный счет и может не только голосовать за идеи, но и инвестировать.

2) Комбинация позволяет создать системное знание на основе связей между новыми и уже существующими знаниями. Например, в конкурсе «The innova challenge» компании Embraer в течение года руководители подразделений предлагают проблемы, требующие решений, затем руководство конкурса выбирает задачи, которые становятся вызовами для всей компании, после чего в течение месяца сотрудники предлагают свои идеи и голосуют за лучшие предложения, инициатор вызова выбирает лучшее решение и реализует его. Таким образом комбинируются знания инициаторов решений с предыдущим опытом подразделений.

3) На этапе интернализации формализованное знание снова трансформируется в неформализованное посредством обучения на практике. На последних этапах реализации идей и решения задач в рамках InGenius могут создаваться кросс-функциональные команды, участники которых в процессе взаимодействия обмениваются знаниями и навыками в различных профессиональных сферах.

Таким образом, в процессе реализации технологии краудсорсинга происходит появление новых знаний и распространение их среди сотрудников компании, то есть обучение. При этом повышается вовлеченность и заинтересованность сотрудников, так как реализация своих идей или идей коллег обычно вызывает большую мотивацию, нежели задачи, которые были поставлены верхними уровнями иерархии системы управления. Еще одним преимуществом использования краудсорсинга является развитие у сотрудников так называемых soft-skills через командную работу в процессе реализации инициатив или решения задач компании. Кросс-функциональное взаимодействие участников таких команд обеспечивает не только тиражирование компетенций сотрудников, но и диффузию инноваций среди подразделений компании.

Список использованных источников:

1. Г.Б. Хасанова Корпоративное образование как инструмент управления знаниями в условиях цифровизации // Казанский педагогический журнал – 2019. - №5. – с. 30-34.
2. П.И. Ананченкова, В.И. Бураков, М.Г. Спасенникова Корпоративное обучение как инструмент управления человеческими ресурсами // Baikal Research Journal – 2019. – №3 Т.10.
3. Р.А. Долженко Использование краудсорсинга как источника инноваций и идей в организации // Вестник НГУЭ. - 2015. - №1. - с. 224-236
4. Развитие предпринимательства внутри корпорации: международный опыт и российская практика / ГБУ «Агентство инноваций города Москвы». 2020, [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://innoagency.ru/files/Corporate_entrepreneurship_2020_Moscow_Agency_of_innovations.pdf

Виноградова Елизавета Алексеевна
Vinogradova Elizaveta Alekseevna,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Межкультурная коммуникация: переводоведение
и лингводидактика»
Master program “Intercultural communication: translation studies
and language education”
e-mail: vin.elizaweta2018@gmail.com

СПОСОБЫ КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ТИПАЖЕЙ ПАНДЕМИИ COVID-19 В ДИСКУРСЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ CONCEPTUALIZATION WAYS OF SOCIAL TYPES OF THE COVID-19 PANDEMIC IN THE ANGLOPHONE MEDIA DISCOURSE

В данной статье рассматриваются векторы концептуализации признаков социальных типов пандемии COVID-19 в СМИ посредством анализа номинации как одной из дискурсивных практик конструирования социального события. Основной акцент делается на анализ возникающих концептуальных кодов, эксплицитно выраженных идеологемами.

This article studies conceptualization ways of the features of the COVID-19 pandemic social types in media by analyzing of naming as one of the discourse practices of constructing social events. It mainly focuses on the analysis of conceptional codes that are explicitly represented by ideologemes.

Ключевые слова: дискурсивное конструирование, массмедийный дискурс, социальное событие, социальные типы, концептуализация, идеологема.

Key words: discourse constructing, media discourse, social event, social types, conceptualization, ideologeme.

Массмедийный дискурс как коммуникативная практика массово-информационного общения имеет основную функцию – информировать о событиях, значимых для общества. Согласно Е.А. Мельниковой, каждое социальное событие имеет ментальный коррелят, который конструируется в сознании людей с помощью стереотипного ряда когнитивных приемов мышления. В вербальном аспекте он [ментальный коррелят] получает лингвосемантическое выражение, которое имеет вариативный характер [1, с 9].

Новостное сообщение о социальном событии как ментальный коррелят массмедийного дискурса строится посредством включения таких составляющих дискурсивного пространства, как акторы или персонажи

события, их действия и состояния, временные и пространственные условия, причины и последствия произошедшего события. Основной практикой дискурсивного конструирования социального события в СМИ служит номинация этих составляющих и самого события.

В данной статье дискурсивное конструирование события (пандемия COVID-19) анализируется с точки зрения стратегий номинации в СМИ одной из вышеуказанных составляющих – акторов события. На основе выявления и анализа лингвосемантических стратегий и компонентов дискурсивного конструирования осуществляется концептуализация признаков акторов и классификация акторов пандемии.

В целом всех акторов или персонажей социального события, описываемого в новостных сообщениях, можно разделить на центральных или индивидуализированных, отсылающих к биографическим личностям, и периферийных или обобщенных, отсылающих к социальным типажам [2, с 89].

В рамках исследования практик дискурсивного конструирования нам интересен анализ способов номинации непосредственно социальных типажей в текстах СМИ, а именно с точки зрения того, какие типажы выделяются в СМИ на основании реакций общества на данное событие. Согласно исследованию, проведенному в Бергенском Университете, после наступления пандемии COVID-19 общество разделилось на:

- non-compliers (те, кто не соблюдают меры предосторожности): deniers, harmers, invincibles, and rebels;
- partial compliers (те, кто соблюдают меры предосторожности частично): spreaders, blamers, and exploiters,
- compliers (те, кто соблюдают меры предосторожности): realists, worriers, contemplators, hoarders, innovators, supporters, altruists, warriors, veterans) [4].

Нами был проведен дискурсивный анализ того, как представлена в СМИ одна из вышеперечисленных групп социальных типажей – “non-compliers”, в результате чего были выявлены следующие векторы концептуализации признаков данной группы акторов:

- игнорация в вопросе ковид-инфекции (covidiot, invincibles),
- скептицизм или отрицание существования ковид-инфекции (disbelievers, non-believers, Covid/pandemic skeptics, COVID-sceptic movement, COVID-conspiracists, coronavirus/corona nihilists, Covid/Covid-19 deniers),
- радикальное противостояние идеи ковид-инфекции (Covid/CV19/lockdown rebels, anti-lockdowners, anti-vaxxer activists/groups, anti-lockdown protesters).

Для дальнейшего анализа некоторых из номинаций значим тот факт, что практика формирования концептов является одним из основ-

ных типов дискурсивных практик в СМИ, которая порождает определенный концептуальный код. Элементы концептуальных кодов эксплицитно выражаются идеологемами, знаками-символами, в нашем случае, заключенными в способах номинации и характеристик акторов события.

В данной классификации представлены примеры номинации акторов, включающие экспрессивную оценочную лексику, которую, как правило, используют авторы преимущественно в отношении социальных типажей, к которым мы и относим группу “non-compliers” [3, с. 146].

Рассмотрим ряд концептов, элементы которых представлены способами номинации группы “non-compliers” в массмедийном дискурсе.

Так, осуждение небрежного отношения некоторых людей к мерам предосторожности по нераспространению ковид-инфекции, вызванное игнорацией или безразличием к проблеме, выражает активно используемый в СМИ неологизм “*covidiot*”:

Violating quarantine rules is getting expensive for a Taiwanese covidiot, who has reportedly been fined the equivalent of \$35,700 after seven violations in only three days [New York Post: ‘Taiwanese man reportedly fined over \$35K for violating quarantine seven times’, 26.04.21].

A man with a placard reading in German: ‘Watch out! Covidiot’ takes part in a protest against the increasing coronavirus preventative measures in Zurich, Switzerland, Aug. 29, 2020 [Voice of America: ‘India Sets World Record for Coronavirus Infections in 24 Hours’, 26.04.21].

В данную группу социальных типажей можно также включить молодых людей, которые считают, что они не предрасположены к заболеванию коронавирусом, и активно нарушают меры предосторожности:

Younger people who think they are “invincible” need to be aware of the shocking life-changing reality of long Covid, according to health professionals who are living with the condition [Breaking News.ie: ‘People who believe they are ‘invincible’ urged to be aware of long Covid impact’, 27.04.21].

Среди всех причин несоблюдения мер предосторожности наиболее распространенной стала скептическая реакция людей на вопрос существования ковид-инфекции, и, как следствие, эффективности вакцинации. В массмедийном дискурсе приверженцы этой идеи составляют отдельную группу, а используемая в СМИ лексика для их номинации концептуализируется в значении «скептик», «неверующий»:

New research sheds light on how to reach Trump fans, who are one of the largest groups of vaccine skeptics in America [NBC News: ‘Many Trump voters are skeptical of the Covid-19 vaccines. This may be the way to convince them’, 27.04.21].

Зачастую развитие идеи скептицизма приводит к полному отрицанию существования ковид-инфекции некоторыми людьми:

But for now, the corona nihilists have the upper hand in Russia: A survey by Moscow's Higher School of Economics found that a staggering third of Russians don't believe in the coronavirus pandemic and consider the threat to be exaggerated [Politico: 'Russia's corona euphoria', 22.04.21].

Используемая в примере лексика для номинации несоблюдающих правила россиян репрезентует идеологию нигилизма. Это, а также другая экспрессивная оценочная лексика с негативным значением (так же в статье: "*their cavalier attitude*", "*their blissful ignorance*") выражает критику со стороны СМИ данной группы людей, что, как правило, имеет место в обществе в отношении нигилистов, то есть тех, кто категорически отказывается соблюдать принятые большинством законы, нормы и правила.

В сегодняшней реальности зачастую происходит переход от тех, кто имел скептические и нигилистические взгляды по отношению ковид-инфекции, но действия кого ограничивались лишь несоблюдением мер безопасности, в сторону тех, кто активно выступает за пропаганду этой идеи, выражает свое мнение путем участия и организации протестов, митингов, акций и т.д.

The lockdown rebels preparing to defy No 10 on Covid restrictions [The Guardian: 'The lockdown rebels preparing to defy No 10 on Covid restrictions', 24.04.21].

A group of Covid-19 "deniers" were removed from a hospital by security guards after going there to take pictures of empty corridors to post on social media to back up their claims that there is no crisis, according to its chief executive [BBC News: Covid-19: 'England lockdown looms as hospital ejects 'Covid deniers'', 25.05.21].

The Querdenker include pandemic skeptics, anti-vaxxers and anti-lockdown protesters. They claim the COVID-19 pandemic and the federal and regional laws aimed at halting the spread of the virus, infringe on citizens' liberties [Deutsche Welle (English): 'Meet Germany's 'Querdenker' COVID protest movement', 27.04.21].

Приведенные в примерах номинации участников эксплицитно представляют элементы концептуальных кодов: идеологемы *deniers, rebels, (anti-)activists, conspiracy theorists, extremists, protesters* репрезентуют экстремистскую, пропагандистскую и анархическую идеологию данной подгруппы людей. Перечисленные идиологемы выражают явное негативное отношение и беспокойство СМИ по поводу возникновения, распространения и пропаганды данных идеологических групп в массы.

Таким образом, посредством анализа репрезентации социальных типажей пандемии COVID-19 в СМИ, можно выделить несколько подгрупп реакций на указанное событие в рамках рассмотрения группы "non-

compliers”, а именно: неосведомленные, скептики и/или нигилисты, экстремисты. Используемые в массмедийном дискурсе идеологемы, эксплицитно выражающие элементы концептуальных кодов указанных идеологий, формируют концептосферу и ментальный коррелят пандемии COVID-19 в сознании людей. Такой тип дискурсивной практики позволяет сделать вывод о том, что пандемия COVID-19, став источником неоднородного резонанса в обществе, привела к распространению противоречий и волнений в общественно-политической и культурной жизни людей.

Список использованных источников:

1. Мельникова Е.А. Когнитивно-дискурсивные особенности медиарепрезентации события в англоязычном тексте новостного сообщения: специальность 10.02.04 – «Германские языки»: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук; «Волгоградский государственный университет. – Волгоград, 2016. – 23 с.
2. Чепкина Э
3. прессе // Проблемы образования, науки и культуры. – 2007. – № 22. – С.В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995-2000). – Екатеринбург: Изд-во Урал, ун-та, 2000. – 279 с.
4. Уварова М.О. Дискурсивные практики конструирования чрезвычайного события в. 140-149.
5. Lam, M.E. United by the global COVID-19 pandemic: divided by our values and viral identities. *Humanit Soc Sci Commun*, 2021, vol.8, no. 31 (2021). Available at: <https://doi.org/10.1057/s41599-020-00679-5> (Accessed 28 April 2021).

Воеводская Алина Сергеевна
Voevodskaya Alina Sergeevna,
 Санкт-Петербургский государственный
 экономический университет
 St. Petersburg State University of Economics
 Программа «Логистика»
 Master program «Logistic»
 e-mail: alina.voevodskaya24@yandex.ru

**ВЗАИМОСВЯЗЬ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СТРАТЕГИЙ
 И ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ НА СКЛАДЕ С ПОЗИЦИЙ
 ЦЕННОСТНОГО ПОДХОДА**
**THE RELATIONSHIP BETWEEN LOGISTICS STRATEGIES
 AND DIGITAL TRANSFORMATION IN THE WAREHOUSE
 FROM THE STANDPOINT OF THE VALUE APPROACH**

В данной статье рассматривается взаимосвязь реализуемых компаниями стратегий и цифровой трансформации на основе формирования важных на сего-

дняшний день потребительских ценностей, таких как стоимость услуг, оперативность, точность, гибкость, ассортимент, доступность, функциональность и сервис.

This article examines the relationship between the strategies implemented by companies and digital transformation based on the formation of today's important consumer values, such as the cost of services, efficiency, accuracy, flexibility, assortment, availability, functionality and service.

Ключевые слова: стратегия, цифровизация, потребительская ценность, склад

Key words: strategy, digitalization, consumer value, warehouse

В современной экономике любое предприятие в своей деятельности стремится получать стабильную прибыль по средствам минимизации неэффективных затрат и оставаться конкурентоспособным на рынке. Однако сегодня, в силу постоянно растущих требований потребителей, чтобы оставаться конкурентоспособными, субъекты предпринимательства в своей деятельности должны быть клиентоориентированными, а значит формировать те, потребительские ценности, которые важны для потребителей. Среди таких ключевых потребительских ценностей, можно выделить следующие: стоимость услуг, оперативность, точность, гибкость, ассортимент, доступность, функциональность и сервис. На формирование указанных ценностей в компаниях направлена работа всех систем, в том числе работа логистической системы, а значит и работа складских систем, как одной из неотъемлемых составляющих любых современных логистических систем, предоставляющей широкие возможности для оптимизации продвижения потоков, и, соответственно – для минимизации затрат, повышения рентабельности, прибыльности предприятия и обеспечения клиентоориентированности. Одним из активно развивающихся инструментов обеспечения клиентоориентированности, формирования указанных ранее потребительских ценностей является цифровизация, которая стала актуальной в силу все большего развития информационных технологий. Вопрос применения цифровых технологий на складах является достаточно актуальным и активно развивающимся на сегодняшний день, поскольку сегодня внедрение цифровых решений в работу складских комплексов позволяет значительно повысить их эффективность, обеспечив заданный уровень стратегических показателей их работы, а значит сформировать потребительские ценности. При этом стоит отметить, что эффективность закладывается еще на этапе проектирования складского комплекса, на котором важно учитывать, что в дальнейшем

эксплуатация проектируемого склада окажет непосредственное влияние на основные показатели эффективности логистической деятельности предприятия, а значит и на эффективность всей деятельности субъекта предпринимательской деятельности. В связи с чем склады должны поддерживать основные стратегии, реализуемые предприятием в своей деятельности, в том числе логистические, посредством формирования на этапе логистического проектирования складских комплексов соответствующих ценностей для клиента, которые уже были названы: стоимость услуг, оперативность, точность, гибкость, ассортимент, доступность, функциональность, сервис, и сегодня именно внедрение цифровых решений при проектировании складских комплексов позволяют в полной мере обеспечить необходимый уровень стратегических показателей работы склада, а значит обеспечить формирование важных потребительских ценностей и поддержать реализуемую компанией логистическую стратегию.

Так, на рисунке 1 можно проследить взаимосвязь корпоративных стратегий (частью которых являются логистические стратегии), формируемых на складе выделенных потребительских ценностей и содержания проектных задач логистического проектирования складских систем, где красным цветом выделены те проектные задачи, которые подразумевают под собой возможность внедрения цифровых решений, далее данные задачи рассмотрим более подробно.

Первая проектная задача, обеспечивающая формирование таких потребительских ценностей, как стоимость услуг, оперативность, ассортимент и сервис, и связанная с решением внедрения цифровых технологий, это задача выбора и определение количества необходимых ресурсов (человеческих ресурсов, технологического и подъемно-транспортного оборудования). Сегодня рынок предлагает замену людей, выполняющими большинство операций на складах, роботами, которые представляют собой устройство пневматического, гидравлического или электромеханического принципа действия, следующие программному алгоритму. На сегодняшний день цифровой рынок предлагает разного рода роботов для внедрения их в складские системы на этапе их логистического проектирования: роботы-тележки, паллетайзеры, роботы-штабелеры, роботы-сортировщики, беспилотники и так далее. Так или иначе с выбором оборудования связаны и проектные задачи – проектирование технологического процесса и определение способа реализации каждой их технологических операций, так как здесь два основных варианта: операции с участием человека или без.

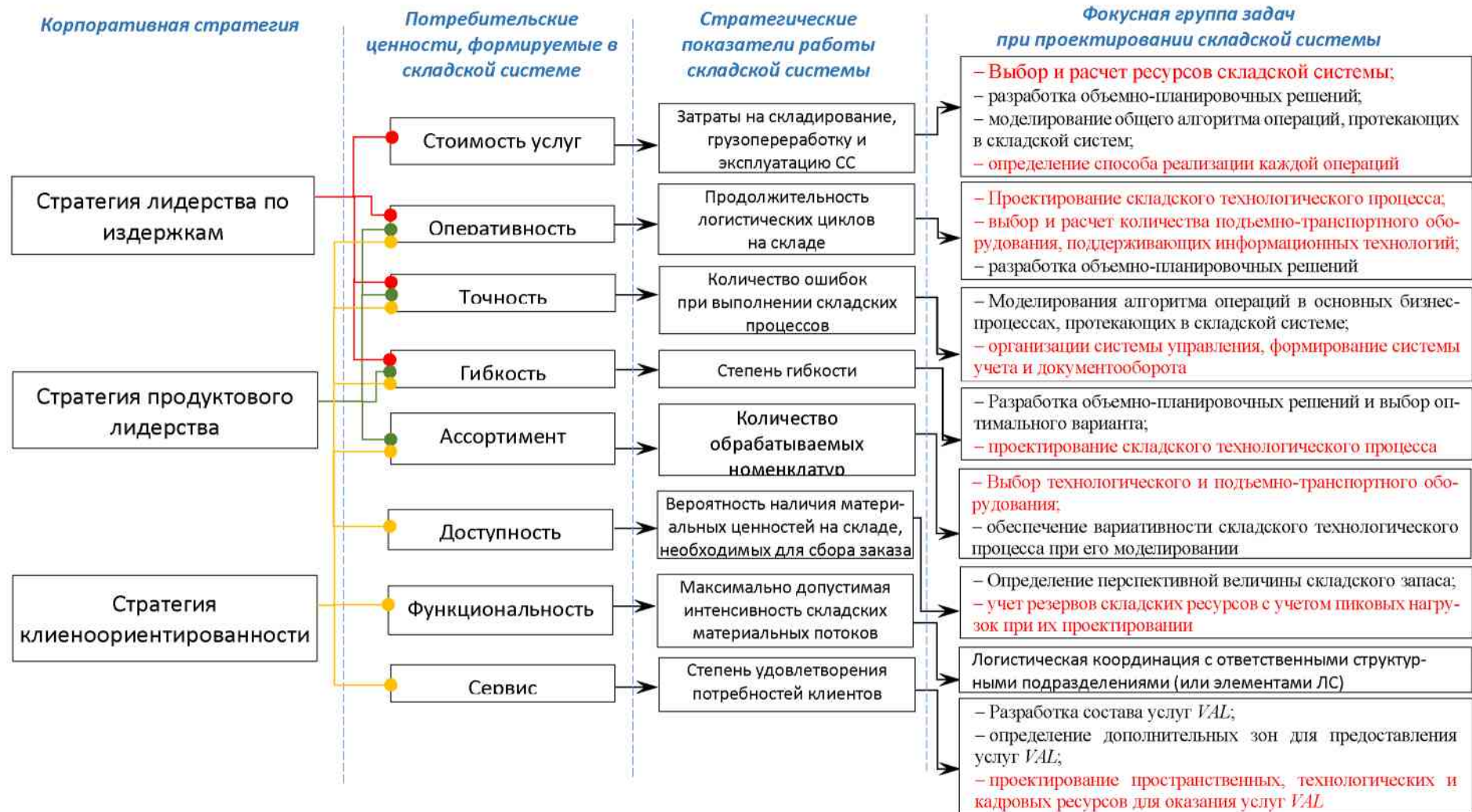


Рисунок 1 – Взаимосвязь корпоративной стратегии, формируемых на складе потребительских ценностей и содержания проектных задач

Еще одна проектная задача, связанная с выбором цифровых решений на складе – это организация систем управления, формирование системы учета и документооборота. Сегодня на практике все чаще внедряют цифровые решения, способные структурировать и обрабатывать большие объемы данных, которые сегодня представлены информационными потоками, пронизывающими весь складской комплекс. Среди таких систем можно выделить – Warehouse Management Systems (WMS), Warehouse Control Systems (WCS) и Building Automation Systems (BAS). Warehouse Management Systems (WMS) представляет собой информационную систему, обеспечивающую автоматизацию управления бизнес-процессами складской работы профильного предприятия. В отличие от WMS, Warehouse Control Systems (WCS), система контроля складского комплекса, оборудует сенсорными датчиками не только поступающий товар, но и всё складское оборудование для погрузочно-разгрузочных работ на складских комплексах – погрузчики, штабелеры, конвейеры, сортировщики, паллетизаторы и т.д. Такого рода взаимодействие позволяет равномерно распределить рабочую нагрузку на все элементы склада. Не последнее место в развитии цифрового склада играет Building Automation Systems (BAS), технология автоматизации зданий (BAS). Данные системы интегрируют в здания на этапе логистического проектирования. Можно сказать, что это большой «Умный дом» – специальные датчики отслеживают и передают всю информацию о состоянии инфраструктуры здания – электроэнергия, вентиляция, кондиционирование, системы безопасности и т.д. При этом важным вопросом здесь является выбор учета товарно-материальных ценностей, выбор решения, которое позволит быстро и качественно собирать и отправлять информацию о товарно-материальных ценностях в систему управления складом. Одной из таких современных технологий, которые позволяют автоматизировать процессы, протекающие, в складских системах, является RFID или радиочастотная идентификация. Данная технология представляет собой способ автоматической идентификации объектов, в котором посредством радиосигналов считываются или записываются данные, хранящиеся в так называемых транспондерах, или RFID-метках. Далее рассмотрим взаимосвязь логистических стратегий и цифровых решений на складе с позиций ценностного подхода на примере складских комплексов общества с ограниченной ответственностью «Лента». На сегодняшний день ООО «Лента» в своей логистической деятельности придерживается логистической стратегии «Повышение качества логистического сервиса», а значит в соответствии с рисунком 1 в складских системах компании должны формироваться такие ключевые потребительские ценности,

как оперативность, точность, гибкость, ассортимент, функциональность и сервис, формирование которых обеспечивается достижением заданных значений стратегических показателей работы складской системы, среди которых такие показатели, как продолжительность логистических циклов на складе, количество ошибок при выполнении складских процессов, степень гибкости, количество обрабатываемых номенклатур, вероятность наличия материальных ценностей на складе, необходимых для сбора, максимально допустимая интенсивность складских потоков и степень удовлетворения потребностей клиентов. Достичь компании в полной мере перечисленных показателей может позволить внедрение цифровых решений в работу проектируемых и действующих складских комплексов.

На сегодняшний день все складские комплексы компании являются механизированными, то есть все основные операции организуются с помощью средств механизации с ручным управлением, а вспомогательные операции вручную или с использованием средств малой механизации, кроме этого ни в одном из складских комплексов не представлены какие-либо цифровые решения. В то время, как применение цифровых технологий позволило бы компании значительно улучшить стратегические показатели работы складов, а значит в большей бы степени обеспечило реализацию выбранной логистической стратегии.

В соответствии с рисунком 1 можно выделить ключевые проектные задачи, подразумевающие выбор цифровых решений, которые в большей мере будут способствовать формированию необходимых ценностей: выбор и расчет технологического и подъемно-транспортного оборудования, организация системы управления, формирование системы учета и документооборота и проектирование складского технологического процесса.

В рамках данных проектных задач внедрение цифровых решений и переход на более качественный уровень работы проектируемых или существующих складов ООО «Лента» компании стоит начать с внедрения автоматизированного оборудования, которое позволит исключить человека из технологического процесса, протекающего на складах компании «Лента», тем самым увеличить гибкость складских систем, которая в современных условиях так важна. Компании можно предложить внедрение автоматизированных складских систем для хранения (ASRS), которые представляют собой комплекс из стеллажей и специальных подъемно-транспортных устройств, позволяющий производить размещение и сбор грузов без присутствия человека в месте операции. Или возможен другой вариант, оставить существующее хранение ТМЦ на фронтальных стеллажах и постепенно заменять людей на отдельных операциях на роботизированную технику.

Также важно внедрять на проектируемых и существующих складах современную систему учета товарно-материальных ценностей, например, RFID или радиочастотную идентификацию, которая позволит быстро и качественно собирать, обрабатывать и управлять информацией о товарно-материальных ценностях, проходящих через складские комплексы. Можно выделить три основных этапа внедрения RFID на складах ООО «Лента»: выбор меток и ридеров, конфигурация системы, ПО и системная интеграция.

Кроме этого все проектируемые и существующие склады необходимо обеспечивать современной системой управления, а именно WMS-системой, которая обеспечит базис для дальнейшей цифровой трансформации складов компании. Стоит отметить, что на действующих складах компании сегодня существует WMS-система – SAP Extended Warehouse Management (EWM), представляющая собой систему расширенного управления складом на платформе SAP. То есть один из базовых важных шагов в цифровизации работы складов уже сделан. Однако, на сегодняшний день на складах компании ООО «Лента» данная WMS-система не используется как решение для внедрения цифровых решений, а лишь применяется для учета товарно-материальных ценностей и планирования основных бизнес-процессов, протекающих внутри складов. Когда будут внедрены такие цифровые решения, такие как RFID и автоматизированное оборудование для хранения и реализации основных операций, потребуется обновление существующей WMS-системы для присоединения к ней всего оборудования и обучение персонала по работе с данной системой в новых условиях.

Преыдушие этапы являются необходимым минимум для полной цифровизации складов компании ООО «Лента» и обеспечения высокой эффективности деятельности складских комплексов, а значит наиболее успешную реализацию логистической стратегии «Повышение качества логистического сервиса».

Следующим этапом важно будет обеспечить агрегацию и анализ больших объемов данных, на основании которых можно принимать управленческие решения. Для этого компании «Лента» необходимо активно развивать платформы, основанные на технологии Big Data. Только после этого, возможно будет полное исключение человека со складов ООО «Лента», полная цифровизация работы складских комплексов компании. На этом этапе человека может заменить Искусственный интеллект.

Таким образом, суммируя все выше сказанное, необходимо еще раз отметить, что сегодня цифровизация, внедрение цифровых решений в работу складских комплексов субъектов предпринимательской деятельно-

сти, является один из активно развивающихся инструментов обеспечения клиентоориентированности, а значит обеспечения компаниям конкурентоспособности по средствам формирования потребительских ценностей: стоимость услуг, оперативность, точность, гибкость, ассортимент, доступность, функциональность и сервис. Для этого на этапе логистического проектирования складов стоит уделять особое внимание тем проектным задачам, решением которых могут быть внедрение цифровых технологий, которые в дальнейшем дадут возможность достичь заданного уровня стратегических показателей, а значит сформируют необходимые потребительские ценности и поддержат реализацию выбранной компанией логистической стратегии. На примере складов ООО «Лента» были описаны основные этапы цифровой трансформации на складе с позиции формирования ключевых потребительских ценностей в соответствии с реализуемой компанией логистической стратегии. Так, можно сделать вывод, что процесс цифровой трансформации довольно затратный, как с точки зрения финансовых ресурсов, так и временных, поэтому при принятии решения о внедрении цифровых технологий на складских комплексах важно оценивать эффективность их применения в каждом конкретном случае.

Гилязева Риана Ринатовна
Gilyazeva Riana Rinatovna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economic

Программа «Социальное управление в организациях»

Master program "Social management in organizations"

**ТРАНСФОРМАЦИЯ ТРУДА И ЗАНЯТОСТИ
В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА
THE TRANSFORMATION OF LABOR AND EMPLOYMENT
IN THE CONDITIONS OF INFORMATIZATION OF SOCIETY**

В статье анализируется проблема трансформации труда и занятости в условиях перехода от индустриального общества к информационному. Рассматриваются современные социологические теории постиндустриального и информационного общества.

The article discusses the problem of labor and employment transformation in the conditions of the transition from industrial to information society. The article also examines modern sociological theories of postindustrial and information society.

Ключевые слова: труд, занятость, трансформация труда, информационное общество.

Key words: labor, employment, labor transformation, information society.

Во второй половине XX в. в процессе перехода к информационному обществу происходят существенные изменения на рынке труда и занятости. В условиях постиндустриального общества меняются представления о социально-трудовых отношениях и организационных формах труда и занятости населения. Современный рынок труда характеризуется формированием интеллектуального труда и возникновением гибких, неустойчивых и нестандартных форм занятости. Подобные вопросы находятся в поле зрения многих исследователей в области социологии и междисциплинарных наук. Для того, чтобы показать теоретический контекст трансформации рынка труда и занятости, обратимся к анализу современных социологических теорий и концепций постиндустриального и информационного общества.

Одним из пионеров теории постиндустриального общества по праву считается американский футуролог, Д. Белл, автор фундаментального труда «Грядущее постиндустриальное общество» (1973). В работе сформулированы основные положения его концепции. Ученый выделяет три типа человеческого общества: доиндустриальное, индустриальное и постиндустриальное [1, с.61]. Перечисленные социально-экономические системы отличаются по основным факторам производства, сферам экономики и главенствующим социальным группам. Последняя стадия развития общества характеризуется преобладанием таких сфер трудовой деятельности, как экономика услуг и производство информации, переходом от производства товаров к производству услуг, ростом профессионального и технического класса (ученых, инженеров, технократов), сокращением рабочего дня, повышением качества жизни и мн.др. В постиндустриальном обществе кардинальным образом меняется не только рынок труда, но и занятости.

Немаловажный интерес представляют воззрения другого американского футуролога, Э. Тоффлера, автора таких знаменательных работ, как «Шок будущего» (1970) и «Третья волна» (1980). По мнению ученого, общество в своем историческом развитии проходит три этапа смены цивилизаций – первая волна (аграрная или сельскохозяйственная), вторая волна (индустриальная) и третья волна (информационная) [2]. В конце XX в. общество вступило в эпоху третьей волны на основе повсеместного внедрения современной компьютерной техники и информационных технологий – в эпоху «супериндустриального» общества. В работах автора прослеживаются идеи об эволюции труда, гуманизации и индивидуализации

зации социально-трудовых отношений, преобладании «белых воротничков» (научно-технических работников) над «синими воротничками» (рабочими), реорганизации и реструктуризации прежних индустриальных форм трудовых отношений. Как отмечает Э. Тоффлер в своем интервью, с переходом в третью волну развития общества работник становится более креативным, творческим, образованным, независимым и свободным в выборе своей профессиональной деятельности [3]. Таким образом, формируется новая модель труда и связанные с ней формы занятости.

Проблемой трансформации труда и форм занятости в условиях информатизации общества также занимался видный испанский социолог, М. Кастельс, разработавший собственную теорию сетевого общества или, по-другому, концепцию информационного общества, где определяющую роль в обществе играет не информация, а технологии обработки информации. Согласно предложенной теории, международное разделение труда, возникшее в результате глобализации, находится в неразрывной связи с национальным многообразием организационных форм, системы социально-трудовых отношений и трудового поведения. Трудовая сфера, как и иные сферы жизни, оказывается помещенной в информационное пространство и глобальные сети. Говоря о трансформации труда и занятости, М. Кастельс подчеркивает, что происходит индивидуализация труда и все большее распространение получает неформальная и временная работа, работа с неполным рабочим днем, работа по контракту и самозанятость [4, с.13]. Обобщая, М. Кастельс выделяет следующие изменения, происходящие в информационных обществах: сокращение занятости в сферах сельского хозяйства и промышленности, численное преобладание класса «белых воротничков» над «синими воротничками», быстрый рост профессиональных и технических рабочих мест, возрастание роли квалификации и образования работника и т.п. Кроме того, по мнению социолога, гибкие формы производственных отношений приводят к разделению рынка труда на первичные и вторичные сегменты. В первичных сегментах работают высококвалифицированные специалисты или так называемые «информационные производители», которые помимо высокого и гарантированного дохода обладают всеми возможностями для продвижения по карьерной лестнице. Вторичные сегменты рынка заполнены маломобильной «рабочей силой», чей доход не гарантирован и не постоянен, а труд легкозаменяем.

Свою концепцию видения мира предлагает еще один теоретик информационного общества, японский социолог и футуролог, И. Масуда в труде «Информационное общество как постиндустриальное общество» (1983). По мнению ученого, ведущей отраслью экономики в связи с раз-

витиём и использованием компьютерной техники станет «интеллектуальное производство», т.е. производство информации и знаний. При этом, на наш взгляд, социолог несколько идеализирует современное информационное общество, говоря о нем, как обществе бесконфликтном и бесклассовом. Для нашей статьи наиболее основными видятся его идеи о массовом производстве когнитивной и систематизированной информации, наукоемком производстве и распространении «свободных сообществ», в том числе, трудовых.

В работе «Общество риска. На пути к другому модерну» (1986) немецкий социолог, У. Бек, утверждает: «мы являемся свидетелями – субъектом и объектом – разлома внутри модерна, отдаляющегося от контуров классического индустриального общества и обретающего новые очертания – очертания (индустриального) общества риска» [5, с.2]. Ученый противопоставляет «первый модерн» «второму». Если эпоха «первого модерна» была основана на синтезе капитала и труда и характеризовалась стандартными моделями трудовых отношений со строгим регулированием рабочего времени, то в эпоху «другого модерна» связь между капиталом и рабочей силой ослабевает, происходит децентрализация работы и распространение новой формы занятости – неполной занятости. Что интересно, автор говорит о невозможности возврата общества к полным формам занятости.

Как и У. Бек, английский постмодернистский социолог З. Бауман пишет о тесной «брачной» связи капитала и труда в индустриальном обществе, когда «рабочие зависели от того, чтобы быть нанятыми, из-за средств к существованию» [6, с.156]. Как отмечает автор, если в эпоху «тяжелой модернити» труд был традиционным, гарантированным и постоянным, то в эпоху «растекающейся модернити» он становится непостоянным и гибким; долгосрочные цели рабочих сменяются на краткосрочные. Таким образом, по мнению ученого, происходит разрыв между капиталом и рабочей силой – рынок труда становится все менее устойчивым, формируется гибкая занятость, а рабочие лишаются социальных гарантий.

Нельзя не обратить внимание на идеи ещё одного теоретика современности, французского социолога и исследователя, Р. Кастеля, о трансформации занятости на современном этапе [7]. В своей работе он поднимает вопрос об исчезновении работы по постоянному найму. Автор говорит о том, что в результате индустриализации и возникновения социального государства возникла необходимость в регулировании отношений между работодателями и наемными работниками. До середины 1970-х гг. социальное государство обеспечивало рабочих, трудившихся на постоянной и непостоянной работе, и их семьи социальными гарантиями, защи-

щая от возможных социальных рисков. Однако сложившаяся новая политическая идеология, основанная на принципах экономической рентабельности и конкурентоспособности, привела к распространению безработицы и прекаризации стабильной занятости. В результате у современного работника формируется «болезненное переживание самого труда и боязнь потерять свое рабочее место».

Таким образом, научно-теоретический обзор современных социологических теорий позволил выявить теоретический контекст трансформации концепта труда и занятости, которая определяет профессиональную деятельность человека. Современный рынок труда в отличие от традиционного (индустриального) более ориентирован на автономность, мобильность и вовлеченность работников. Современный труд понимается как свободная, креативная, индивидуальная и творческая деятельность человека, направленная не столько на создание материальных благ, сколько на удовлетворение потребностей самого работника и его личностную самореализацию. Кроме того, стабильная занятость сменяется многообразными гибкими формами занятости, несущих неустойчивый и нестандартный характер. Вместе с тем, современный работник становится более уязвимым – профессионализм и компетентность больше не гарантируют возможность успешного трудоустройства.

Список использованных источников:

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл; пер. с англ. В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 2004. – 944 с.
2. Тоффлер Э. Третья волна // Гуманитарный портал. URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/4821> (дата обращения: 10.03.2021).
3. Элвин Тоффлер: Будущее труда // Гуманитарный портал. URL: <https://gtmarket.ru/library/articles/2502> (дата обращения: 10.03.2021).
4. Castells M. Materials for an exploratory theory of the network society // *The British journal of sociology*. – 2000. – N 51. – P. 5-24.
5. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну / У. Бек; пер. с нем. В. Седельника, Н. Фёдоровой; посл. А. Филиппова. – М.: Прогресс-Традиция, 2000. – 480 с.
6. Бауман З. Текучая современность / З. Бауман; пер. под ред. Ю.В. Асочакова. – СПб.: Питер, 2008. – 240 с.
7. Кастель Р. Конец эпохи постоянного найма: правда или вредный миф? // Отечественные записки. – 2003. – №3. URL: http://magazines.russ.ru/oz/2003/3/2003_3_43.html (дата обращения: 12.03.2021).

Гребеш Виктория Андреевна
Grebesch Victoria Andreevna
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Государственная и муниципальная служба»
Master program "State and Municipal service"
e-mail: vslovetskaya@mail.ru

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО
УПРАВЛЕНИЯ КОНТРАКТНОЙ СИСТЕМОЙ
В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ**
**IMPROVEMENT OF STATE GOVERNANCE OF THE CONTRACT
SYSTEM IN THE SPHERE OF PUBLIC PROCUREMENT
IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION**

В статье рассмотрено внедрение цифровых технологий в сферу государственных закупок, раскрыты особенности моделей управления, способствующих повышению эффективности закупок, пути формирования инновационной контрактной системы, повышающей уровень ее открытости и эффективности, исключая возможное негативное влияние «человеческого» фактора» за счет передачи отдельных функций управления искусственному интеллекту.

The article discusses the introduction of digital technologies in the field of public procurement, discloses the features of management models that contribute to improving the efficiency of procurement, ways of forming an innovative contract system that increases the level of its openness and efficiency, excluding the possible negative impact of the "human" factor "by transferring certain management functions to artificial intelligence.

Ключевые слова. Государственное управление, государственные закупки, контрактная система, цифровизация.

Keywords. Public administration, public procurement, contract system, digitalization.

Цифровая трансформация является одним из ключевых приоритетов для развития всех сфер жизнедеятельности. Это коснулось и контрактной системы государственных закупок, потому что цифровизация позволяет сделать эту систему более открытой, удобной, подотчетной, экономически эффективной и антикоррупционной.

В настоящее время на пути к цифровой трансформации сферы государственных закупок сделано немало: все конкурентные способы определения поставщиков (подрядчиков, исполнителей) переведены в электронную форму. Уже используются электронные платформы, где осуществляется проведение электронных аукционов, созданы электронные

магазины для осуществления малых закупок, благодаря чему все конкурентные способы осуществления закупок перешли в электронный формат. Создана Единая информационная система в сфере закупок (далее – ЕИС), которая позиционируется как единое информационное пространство всей сферы государственных закупок в России.

По статистике ЕИС за III квартала 2020 года было размещено 1,5 млн. извещений с общим стоимостным объемом 6,6 трлн. рублей. Исходя из приведенных данных наиболее распространенными способами определения поставщика (подрядчика, исполнителя) оказались электронный аукцион и запрос котировок:

– электронный аукцион составил 423 тыс. извещений (90%) общим объемом 1,45 трлн. рублей, что составило 75% объема закупок;

– запрос котировок в электронной форме составил 23,2 тыс. извещений, в процентном соотношении - 5%, общим объемом 3,53 млрд. рублей - 0,2%. [3]

В настоящее время планируется уже следующий этап развития контрактной системы с использованием умных технологий.

Формирование, координирование и контроль закупочной деятельности осуществляют федеральные и региональные органы управления. Управление в сфере государственного заказа представляет собой целенаправленную деятельность органов государственной власти, способствующую повышению эффективности расходования бюджетных средств и обеспечению свободного доступа к информации о закупках, основанную на законодательстве, где отражены принципы и способы реализации государственной закупочной политики. Целями управления являются экономия бюджета, эффективность закупок, борьба с коррупцией.

В литературе представлены существующие инновационные модели управления системой государственных и муниципальных закупок: централизованная, децентрализованная и гибридная (смешанная), описание которых представлено в Таблице 1 [4].

На сегодня используется в основном централизованная модель, так как передача функций происходит поэтапно, позволяя при этом исключить дублирование стратегических, управленческих, операционных и административных функций. Здесь функционируют информационные системы, управление и контроль происходит строго с соблюдением нормативно-правовых норм, что обеспечивает главный принцип закупочной деятельности. И что немаловажно, при такой модели снижается количество неверно оформленных документов, что повышает производительность и качество работы.

Таблица 1 – Модели управления системой государственных и муниципальных закупок

Характеристика модели	Недостатки
<p>Централизованная модель представляет собой объединение функций и их передача одному или нескольким ведомствам. То есть, при такой модели проведения закупки, подведение итогов и определение исполнителя проводимой закупки осуществляется не заказчиком, а другой организацией, наделенной рядом полномочий, но при этом данная организация не является заказчиком закупки. В данной модели снижается возможность возникновения ошибок из-за чего повышается слаженность, прозрачность и измеримость закупок. Но, в свою очередь, этого можно достичь лишь за счет введения инновационных возможностей, поэтому в большей степени централизация важна и приносит выгоду при реализации инновационных решений, информационного обеспечения.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - развитие коррупции; - риск несвоевременного срока поставки товара, выполнения работы или оказания услуги; - единообразие в трудовой деятельности контрактной службы.
<p>В децентрализованной закупке весь процесс происходит наоборот: заказчики самостоятельно организуют обеспечение своих нужд. Такая система закупок достигает результат для конечного потребителя наиболее точно, так как временной интервал закупки сокращается за счет того, что такая модель может быть гибкой и динамичной, в особенности, если осуществляется закупка инновационной продукции, а также уменьшается риск крупномасштабной коррупции.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - снижение возможностей стратегических закупок; - отсутствие координации закупок, снижение переговорной функции заказчика; - усложняется подбор профессиональных кадров.
<p>Гибридная (смешанная) модель закупок подразумевает сочетание двух описанных выше моделей. При такой системе закупок возможно консолидировать спрос и перераспределение кадров по мере поступления сложных задач, возможна передача управления закупками уполномоченному органу.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - затруднен процесс контроля и координации закупочной деятельности; - возможно нечеткое распределение обязанностей и дефицит профессиональных кадров.

Переход государственных закупок в электронный формат был лишь проходным «мостом» в достижении ключевой цели - сформировать умную (интеллектуальную) контрактную систему.

Такая система должна будет полностью погрузиться в мир прогрессивных информационных технологий, где применимо использование таких инструментов как Блокчейн, Смарт-контракты, строящиеся также на базе первого инструмента, Облачные сервисы, Искусственный интел-

лект, Большие данные и нейросети, что откроет широкие возможности как для заказчиков, так и для исполнителей.

Например, умные контракты (смарт-контракты) основаны на технологии распределенного реестра. Данная передовая технология характеризуется защищенностью, прозрачностью, целостностью, децентрализацией и создает возможности для управления информацией абсолютно новыми, более быстрыми и точными способами.

Внедрение такой технологии целесообразно буквально во всех направлениях государственной деятельности, в особенности в области закупок, ведь именно там необходимо проведение мер по снижению коррупции, мошенничества и кибератак. Так как хранение и передача всей информации будет концентрироваться не в одной определенной базе данных, а происходить между компьютерами всех участников закупочного процесса, это повлечет за собой снижение ошибок и затрат на обработку документов, обеспечение соответствия требованиям и обеспечение полной открытости данных процедуры.

Система, основанная на Блокчейне, сокращает существенно централизованное управление, в отличие от той системы, которая используется сейчас, где информация контролируется в течение всей закупочной процедуры, в связи с чем необходимо централизованное управление.

Подчеркнем, что контрактная система в сфере госзакупок базируется на принципах открытости, прозрачности информации, соблюдения конкуренции, профессионализма заказчиков, стимулирования и привлечения инноваций, единства контрактной системы в сфере закупок, ответственности за результативность обеспечения государственных и муниципальных нужд, производительности государственных закупок. [1]

В связи с этим так необходимо инновационное развитие в данной сфере, цифровизация будет содействовать соблюдению данных принципов.

Значительная роль в управлении госзакупками отведена единой информационной системе (ЕИС), уже упоминавшейся выше, которая является своего рода двигателем данного процесса.

Во-первых, цифровизация и ЕИС способствует появлению решений, позволяющих организовать работу полностью удаленно. К примеру, в 2020 году в ЕИС появился функционал дистанционного подписания протокола каждым членом комиссии. Закупщики перешли к роли полноценных снабженцев, отвечающих за качество конечного продукта, их задача заключается в митигации возможных рисков неисполнения договорных обязательств, рисков существенного изменения цены контракта.

Также, из-за высокой доли срочных закупок жизненно важных товаров, работ и услуг, и массового перехода бизнеса в онлайн формат, в 2020 году появилась облегченная процедура закупок, расширение сегмента закупок малого объема. Только за 9 месяцев 2020 года количество

малых закупок увеличилось на 37%, а объем — на 64% по сравнению с 2019 годом. [3]

Всеобщая электронизация коснулась и закупок малого объема с 1 января 2019 года, осуществляемых в соответствии с п. 4, 5, 28 ч. 1 ст. 93 Закона. [1] Такие закупки осуществляются в Едином агрегаторе торговли (ЕАТ) «Березка» в Москве и «Электронный магазин» в Санкт-Петербурге. Преимуществом такого инструмента является то, что это наиболее упрощенный способ осуществления закупки малого объема при приобретении товара, то есть, заказчик составляет извещение, в котором излагает необходимые требования к закупаемому товару, а поставщик представляет свое предложение, соответствующее выставленным требованиям. В итоге, к примеру, из трех поставщиков, которые представили характеристики позиций закупки, остается один, который полностью соответствует выставленным в извещении требованиям.

Таким способом закупается, например, канцелярская продукция, хозяйственные товары, оргтехника. Контракт при этом создается автоматически внутри данного агрегатора, все необходимые данные переносятся автоматически из заполненного сторонами извещения в электронном формате.

Цифровизация находит свое отражение в изменениях законодательства, нацеленных на электронный документооборот: появление структурированного электронного контракта; обязательность применения электронного документа о приемке; централизованное ведение на ЕИС всей юридически значимой переписки между заказчиком и поставщиком при исполнении контракта; электронное обжалование, возникающей претензионной ситуации между сторонами, исполняющими контракт в Федеральную антимонопольную службу (ФАС).

Таким образом, совершенствование управления контрактной системой в сфере государственных закупок на основе цифровизации позволяет перейти на новый уровень взаимодействия участников этого процесса, упростить участие в закупках, понизить издержки и повысить качество исполнения государственного контракта сторонами, заключившими его.

В заключение можно сделать следующие выводы:

- цифровизация позволяет обеспечить открытый, общедоступный и безвозмездный доступ субъектов рынка закупок к большому объему аналитической и нормативно-правовой информации, стимулируя таким образом конкуренцию в данной сфере;

- развитие сферы госзакупок в настоящее время невозможно без применения цифровых технологий, существенно упрощающих и ускоряющих принятие управленческих решений.

- использование инновационных методов управления, основанных на цифровизации, позволяет повысить эффективность государственного управления контрактной системой в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных нужд.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" от 05.04.2013 N 44-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624/ (дата обращения 11.02.2021)

2. Абрамова Е., Ткаченко Б. Государственные закупки: направления развития – Москва: Сектор, 2015. – 124 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.iblfrussia.org/upload/iblock/b0f/Goszakupki_WEB.pdf (дата обращения 15.02.2021)

3. Аналитический отчет по результатам осуществления мониторинга закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ по итогам III квартала 2020 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://zakupki.gov.ru/epz/main/public/document/view.html?searchString=§ionId=1126> (дата обращения 02.02.2021).

4. Лотвина О.В. Инновационные подходы к управлению в сфере закупок // Материалы международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы повышения эффективности управления закупками». 2016. 160 с. – с. 101-105. (дата обращения 02.02.2021).

Грядунова Дарья Константиновна
Griadunova Daria Konstantinovna,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Управление гостиничным бизнесом»
Master program “Hospitality management”
e-mail: daria.gryadunova@gmail.com

**ИНСЕНТИВ-ТУРИЗМ КАК СПОСОБ ПРОФИЛАКТИКИ
И КОРРЕКЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВЫГОРАНИЯ
У РАБОТНИКОВ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА
И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ
INSENTIVE TOURISM AS A METHOD FOR PREVENTION AND
CORRECTION OF PROFESSIONAL BURN OUT IN HOSPITAL
AND PUBLIC FOOD WORKERS**

В статье рассмотрен такой феномен как профессиональное выгорание, даны результаты исследования, подтверждающие его актуальность в отношении сотрудников сферы гостеприимства и ресторанного бизнеса, а также проанализированы

возможности профилактики и коррекции выгорания с помощью применения ин센- тив-программ.

The article examines such a phenomenon as professional burnout, provides research results confirming its relevance in relation to employees in the hospitality and restaurant business, also analyzed the possibilities of preventing and correcting burnout using incentive programs.

Ключевые слова: профессиональное выгорание, ин센див туризм, персонал, гостиничный бизнес.

Key words: professional burnout, incentive tourism, personnel, hotel business.

Современный мир диктует особые условия: высокий темп жизни, быстрая информатизация различных процессов, большие объемы информации. Все больше и больше людей страдают от нервных срывов, депрессивных состояний, имеют повышенный уровень тревожности. Согласно данным Всемирной организации здравоохранения от депрессии страдает 264 миллиона человек, что делает ее одной из основных причин потери трудоспособности в мире [4]. Большую часть своего времени человек проводит на работе, что, безусловно, способствует накоплению стресса. Совокупность всех этих факторов приводит к тому, что проблема профессионального выгорания является крайне актуальной. Слишком долгое пребывание в стрессовом состоянии, невозможность или неспособность к психологической «разрядке» обуславливает истощение физических и психологических ресурсов человека, приводит к эмоциональному истощению и ко многим другим психологическим проблемам. Длительное пребывание в таком состоянии влияет на работоспособность сотрудников, на их отношение к работе, их взаимоотношения с коллегами и руководством, а соответственно, на успешность работы предприятия.

В целом психологическое выгорание человека наблюдается на трех уровнях: психофизиологическом т.е. проблемы, связанные с функционированием систем организма, нарушения происходящие на уровне психосоматики; эмоциональном (депрессии, тревожные состояния, панические атаки, нервные срывы, истерики) и поведенческом (частые дисциплинарные нарушения, такие как систематические опоздания на работу, невыполнение своих профессиональных обязанностей, прогулы, постоянная нехватка времени; кроме того сюда же относят потерю мотивации к работе, безразличие к результату, а также аддиктивное поведение: курение, злоупотребление алкоголем, расстройства пищевого поведения). Руководящее звено чаще всего обращает внимание именно на изменение в поведении сотрудников и пытается бороться с этим с помощью дисциплинарных взысканий, естественно, не имея при этом большого успеха. Необходимо понимать, что проблемы лежат куда глубже, и необходимо

проводить комплексную работу по профилактике профессионального выгорания у персонала.

По нашему мнению, проблема профессионального выгорания у сотрудников индустрии гостеприимства недооценена. Много исследований посвящено изучению профессионального выгорания и профессиональных деструкций у сотрудников сферы образования, здравоохранения, социального обслуживания населения. Однако проводилось не так много исследований, посвященных проблеме выгорания сотрудников социально-культурного сервиса, в частности специалистов гостиничных и ресторанных предприятий, хотя эту профессию можно отнести к типу человек-человек, а именно он является наиболее подверженным эмоциональному выгоранию. Выгоревший сотрудник не может работать в полную силу, сосредотачиваться на поставленных задачах, а значит, в первую очередь будет страдать качество клиентского сервиса, а затем, как следствие, имидж и финансовые показатели гостиничного предприятия.

В рамках изучения данного феномена было проведено исследование уровня профессионального выгорания сотрудников и его взаимосвязь с условиями их трудовой деятельности. Было опрошено 60 сотрудников сферы гостиничного и ресторанного бизнеса. С помощью опросника К. Маслач и С. Джексона «Профессиональное выгорание» (в адаптации Н. Водопьяновой, Е. Старченковой) был выявлен уровень профессионального выгорания респондентов. Результаты представлены на рисунке 1.

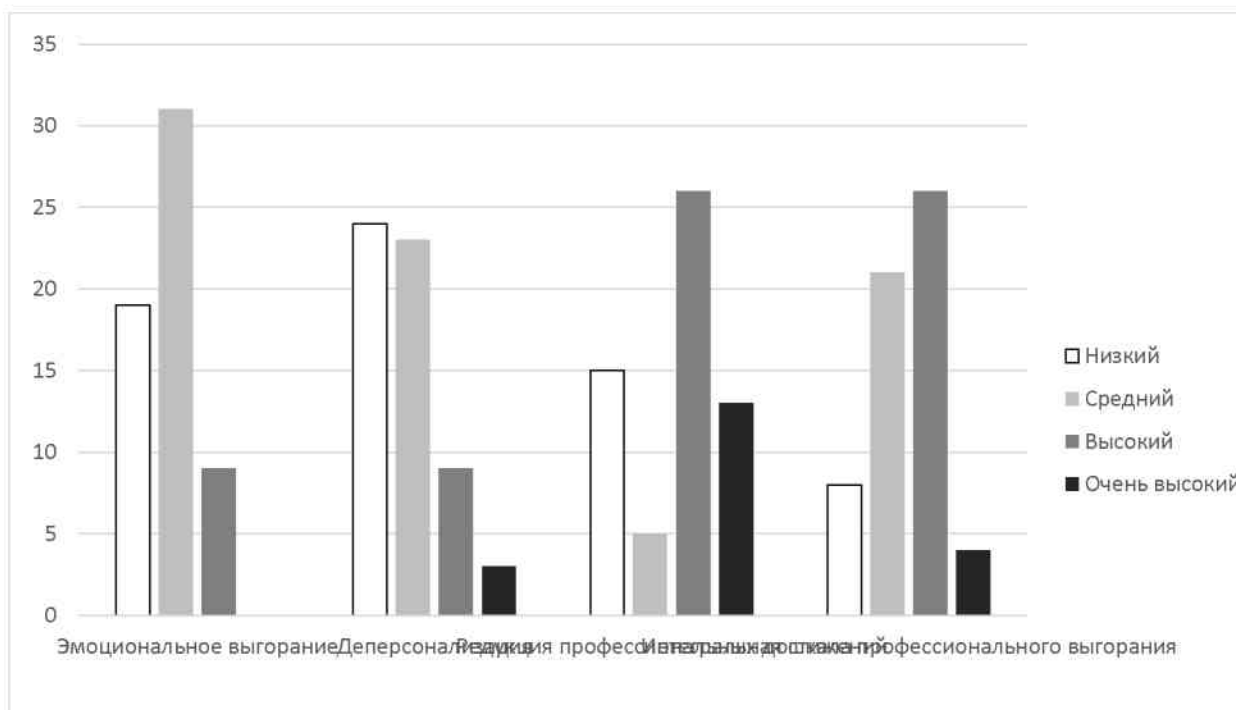


Рисунок 1. Результаты опросника «Профессиональное выгорание» (абсолютные значения)

Исходя из данной диаграммы видно, что достаточное количество опрошенных демонстрируют уровень профессионального выгорания выше среднего, что не может не настораживать, так как в опросе принимали участие в среднем респонденты от 18 до 22 лет, со средним стажем работы 1-2 года. Кроме того, был проведен корреляционный и сравнительный анализ, результаты которого представлены в Таблице.

Таблица 1 - Значимые эмпирические значения корреляционного и сравнительного анализа

Названия шкал	Эмоциональное истощение	Интегральный показатель	Среднее значение в группе «До года»	Среднее значение в группе «Больше года»	Эмпирическое значение критерия	Уровень значимости
Негативные условия труда	0.322*	0.326*	2.652	2.083	524.0	0.08
Эмоциональное истощение		0.643***	20.130	16.389	543.0	0.045*

По результатам корреляционного анализа видно, что негативные условия труда, такие как отсутствие перспективы карьерного роста, отсутствие поощрения, сверхурочная работа положительно коррелируют с эмоциональным истощением сотрудников и в целом с профессиональным выгоранием ($p < 0,05$). Из сравнительного анализа видно, что даже при незначительном увеличении стажа уже усиливается тенденция к высокому уровню профессионального выгорания ($p < 0,05$). Важно заметить, что эмоциональное состояние является базовым компонентом для развития эмоционального выгорания. Уже затем, в качестве копинг-стратегии развивается деперсонализация (в контексте данной методики это негативная реакция на необходимость общения с другими людьми) и редукция профессиональных достижений (отрицание свое значимости для компании, ощущение неуспеха в работе). По результатам исследования видно, что проблема выгорания крайне актуальна даже для специалистов, находящихся в начале своего профессионального пути. Известно, что проще предотвратить проблему, чем проводить коррекцию. Таким образом, даже с начинающим персоналом необходимо уделять достаточное внимание работе по предотвращению эмоционального истощения.

Существуют различные методы работы с профессиональным выгоранием. Организация чаще всего проводит работу на 2-х структурных уровнях – на уровне работы с сотрудниками (диагностика уровня выгорания, просветительская работа в форме лекций и семинаров, коррекция индивидуально-личностных особенностей и мотивационной сферы т.д.)

и на уровне структурных изменений в самой организации (диагностика объективного состояния организационных и социально-психологических характеристик профессиональной деятельности, оптимизация организации труда, справедливое стимулирование труда, предоставление сотрудникам возможности повышения квалификации и профессионального роста, улучшение социально-психологического климата, взаимоотношений в коллективе и с руководством) [2, с.215].

Полагаем, что инсентив-программы могут быть эффективным методом профилактики и коррекции профессионального выгорания. Инсентив-тур или инсентив-программа – (англ. incentive) официальное поощрение в награду за что-либо (успехи в работе, продвижении товара и т. п.). В зависимости от целей, которые преследует организация, следует выделить следующие виды инсентив-программ: поощрительная и мотивирующая. К поощрительной инсентив-программе можно отнести предоставление бесплатной туристской услуги/продукта, а к мотивирующей – участие в образовательных программах. Программа инсентив-тура должна включать: организацию экскурсий, организацию тренингов, семинаров, конференций, проведение различных конкурсов [3, с. 199]. Выше уже было отмечено как именно предприятие может работать с выгоранием сотрудников, но с точки зрения психологии личности хорошими средствами также являются смена обстановки, отпуск, переключение на новый вид деятельности, активный отдых, приобретение новых знаний и т.д. Инсентив-программа соответствует всем этим критериям, именно поэтому я считаю ее перспективным методом для работы не только с мотивацией персонала и сплочённостью команды, но и с профессиональным выгоранием.

Из всех способов профилактики метод инсентив-туризма кажется наиболее перспективным: во-первых, это не просто отпуск, но сочетание отдыха с обучением. Такой туризм помогает не только морально восстановиться, но также обеспечивает персонал новыми знаниями, умениями, компетенциями. Во-вторых, поощрение является необходимой частью работы с профессиональным выгоранием и отсутствием мотивации. Чаще всего предприятие использует материальное (премии, прибавки к зарплате) и нематериальное (благодарности, доски почёта) поощрение. Однако со временем влияние этих двух методов стимулирования начинает угасать [1]. В этом случае инсентив-программа может стать идеальным решением, так как сочетает оба этих метода. Выбор сотрудников для инсентив-программы поможет им почувствовать себя значимыми, необходимыми для развития компании.

Инсентив-туризм, к сожалению, нельзя назвать очень популярным способом мотивирования сотрудников, несмотря на все его преимущества, описанные в данной статье. Скорее всего, это обусловлено высокой

стоимостью ин센сив-программ, не каждое предприятие готово затрачивать на это ресурсы. Однако данные затраты необходимы, так как персонал гостиницы или ресторана – это важнейший фактор конкурентоспособности. Прибыльность бизнеса напрямую взаимосвязана с качеством сервиса. Грамотно-разработанная ин센сив-программа сможет в будущем стать неотъемлемой частью работы по обучению персонала на производстве. Это метод, который самым удачным образом сочетает в себе как развлекательный, так и образовательный компонент, что, несомненно, должно сказываться на мотивации и психологическом состоянии работников сферы гостеприимства и общественного питания.

Список использованных источников:

1. Архипова О.В., Морозов И.А. Развитие концепций управления качеством в индустрии гостеприимства: от стандартов к концепции всеобщего управления качеством // Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства. Сборник научных статей XV Международной научно-практической конференции. СПбГЭУ. 2019. Издательство: Санкт-Петербургский государственный экономический университет (Санкт-Петербург). - С. 162-170.
2. Борисова М.В., Ансимова Н.П. Петровна Основные направления профилактики и коррекции профессионального выгорания // Ярославский педагогический вестник. – 2011. – №2. – С. 212-215. с215.
3. Бусов В.И. Инсенсив-туризм: история и современная практика // Инновации и инвестиции. – 2011. – №1. – С.197- 202.
4. Всемирная организация здравоохранения [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://www.who.int/ru/news-room/facts-in-pictures/detail/mental-health> (дата обращения: 21.04.2021).

Дегтярь Диана Владимировна
Degtyar Diana Vladimirovna,
 Санкт-Петербургский государственный
 экономический университет
 St. Petersburg State University of Economics
 Программа «Учет, анализ и аудит в отраслях экономики»
 Master program «Accounting, analysis and audit in economic sectors»
 e-mail: dvdegtyar@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ ПЕРИОДИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ THE PROBLEM OF PERIODIZATION OF INTERNAL CONTROL

В статье рассматриваются актуальные проблемы внутреннего контроля с позиции трактовки отдельных ученых и позиции автора. Акцентируется внимание на проблемах периодизации внутреннего контроля при конкретных ситуациях.

The article deals with the actual problems of internal control from the point of view of the interpretation of individual scientists and the position of the author. Attention is focused on the problems of periodization of internal control in specific situations.

Ключевые слова: внутренний контроль, периодизация, экономический субъект, проблема, позиции авторов.

Keywords: internal control, periodization, economic entity, problem, positions of the authors.

Понятие контроль существует давно и рассматривается с позиции отклонений от действующих нормативов, недостатч и имеет карательное направление. С появлением внутреннего контроля подходы к его организации, ведению и соответственно проблематика вопросов изменяется. Поэтому в научной литературе ученые рассматривают его с позиции теории и практики как один из методов управления. Проблемы внутреннего контроля исследуются специалистами различных направлений и видов деятельности - ученые, руководители, менеджеры, бухгалтеры.

Контроль возник в России давно. Государственный контроль как отдельная независимая система в структуре государства появился из-за издания Высшего Манифеста. Но ещё и до этого момента существовали различные учреждения, выполняющие функции контроля. Финансовый контроль появился после создания в 1654 г. контрольного ведомства и издания Приказа счетных дел. Различные функции выполнял именно князь, его полномочия были закреплены в «Русской правде» (XI век). Причины появления внутреннего контроля организации как элемента системы финансового контроля заложены в Своде счетных уставов (1848 год). Данный документ помог решить проблему невозможности сравнения, а также обобщения итогов осуществления внутреннего контроля. В разные времена и во многих государствах использовались различные методы контроля. А также менялись условия контроля, уточнялись подходы к контролю. Исследование проблем внутреннего контроля актуально и в настоящее время, так как внутренний контроль связан с текущей деятельностью организации и предназначен для развития стратегии экономического субъекта.

Проанализировав определенное количество проблем внутреннего контроля, содержащихся в научных исследованиях, считаем, что также актуальной проблемой внутреннего контроля является его периодизация. Применение новых технических средств и программных продуктов позволит разрешить и грамотно осуществить постановку внутреннего контроля в организациях.

Изучая различные методические работы, посвященные внутреннему контролю, а также работу предприятий были выделены его практические проблемы. Так многие организации не совсем понимают, как

часто необходимо осуществлять внутренний контроль, становится вопрос о том, на какой период необходимо планировать проведение внутреннего контроля. Следовательно, среди проблем практического внедрения внутреннего контроля в организациях особое место занимает периодизация.

Проблема периодизации рассматривается в научной и методической литературе не только в отношении внутреннего контроля. Существуют проблемы представления налоговой отчетности, а также отчетности предприятия при обосновании получения кредита у банков. Существует точка зрения, что состав управленческой отчетности зависит от периодизации проведения внутреннего контроля [2, с. 33].

При изучении системы внутреннего контроля в научной литературе поднимаются проблемы отсутствия унифицированных форм отчетности необходимые для представления менеджерам высшего звена, исходя из общих показателей ведения бизнеса. Полагаем, что для каждого хозяйствующего субъекта должны быть разработаны соответствующие внутренние регламенты и отчетность необходимая для принятия оптимальных решений высшим руководством только данного предприятия. Унифицированные формы обработки информации могут применяться в системе государственного контроля.

Белов Н. Г. Внутренний контроль раскрывает с различных позиций, вкладывая в определение и контрольную среду, и комплекс мер, связанных с проведением контроля, и его инструменты контроля, необходимые для сохранности имеющихся у организации ресурсов, и проблемы подготовки информации для высшего руководства, но не акцентирует должного внимания на проблеме периодизации контроля [1, с.49]. В тоже время в научной литературе много внимания уделяется своевременности при проведении внутреннего контроля, от результатов которого зависит деятельность экономического субъекта на рынке товаров и услуг.

Изучая экономическую литературу, мы пришли к выводу, что проблема периодизации внутреннего контроля мало изучена и требует теоретического и практического освещения. Существует множество подходов к определению периодизации, но необходимо определиться с какой позиции следует рассматривать это направление (Таблица 1).

Информация таблицы показывает, что определение периодизации необходимо рассматривать со всех представленных подходов, поскольку каждый из них позволит раскрыть необходимость внутреннего контроля в системе управления в зависимости от его целей и задач.

Таблица 1 - Трактовки определения в областях периодизации

№ п/п	Область периодизации	Трактовка определения
1	Общее понятие периодизации	Деление на периоды
2	Периодизация в истории	Особого рода систематизация, заключающаяся в условном делении исторического процесса на определённые хронологические периоды
3	Периодизация в экономике	Разделение какого-либо цикла на отдельные периоды или этапы.

Слабинская И.А., Ткаченко Ю.А. поднимают следующие проблемные аспекты внутреннего контроля в строительных организациях:

- обработка одних и тех же данных на различных уровнях менеджмента;

- расхождения одного и того же массива информации;

- малосодержательность показателей и расчетных значений;

- отсутствие сопоставимости показателей, сформированных различными отделами или службами;

- сложность и нестабильность учетных потоков;

- длительный процесс обработки информации;

- отсутствие информации для принятия мгновенных управленческих решений высшим менеджментом [3, с.194].

Одним из ключевых аспектов в дискуссиях акцентируется на проблеме многообразия форм документации, представляющих одну и ту же информацию, громоздкость и слабую информативность внутренних отчетов, представление единообразной информации в различных измерителях, отсутствие действенных эффективных средств контроля для качества оповещения. Решением данной проблемы может выступить оптимизация движения информации, а также внедрение системы внутреннего контроля для принятия быстрых и рациональных управленческих решений.

Одной из дискуссионных проблем при постановки внутреннего контроля являются риски, которые зависят от представляемой пользователям отчетности и ее периодизации. От вовремя представленной информации зависит своевременность и рациональность принимаемых решений. Поэтому в научной литературе имеют место высказывания о мало изученных проблемах в области методологии внутреннего контроля в целом и отсутствии конкретных методик отраслевой направленности. Полагаем, что должны быть разработаны методологические подходы связанные с формированием отчетности по результатам проверок с указанием сроков составляемых документов и представляемых документов.

От этого зависит качество проводимого контроля, снижение рисков и оценки действенности контрольных процедур.

В научной литературе предложен методический подход к комплексной оценке результативности и эффективности систем внутреннего контроля в контексте управления качеством в соответствии с критериями самооценки в области качества, имеются и разработанные методические рекомендации по оценке качества деятельности в аудиторских организациях, как основного контрольного показателя и проведена их апробация с выработкой мероприятий по повышению качества деятельности экономического субъекта, но отсутствуют рекомендации по периодизации представляемой информации.

В научных исследованиях и на практике поднимаются вопросы эффективности проведения внутреннего контроля при выполнении государственного заказа, включая работы по строительству судов, производству оборонной техники, выполнению научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. С одной стороны, выполнение таких заказов является важным фактором существования организации на рынке, с другой стороны, контроль за безубыточностью такого предприятия является важным инструментом бесперебойной работы организации и фактором экономической стабильности. Вместе с тем, для действенного внутреннего контроля должны быть разработаны такие методики, чтобы позволяли рационально построить такой механизм контроля, отвечающий принципам экономической обоснованности, оправданности, состоятельности и периодизации в исполнении государственного заказа. Полагаем, что поставленная задача возможна при разработке не только методических, но и теоретических проблем, связанных с формированием критериев оценки, определением документального оформления подтверждения выполнения договорных условий организации-исполнителя для заказчика, а также получателя государственного заказа.

Крайне важно понимать период осуществления внутреннего контроля. Например, экономический субъект планирует взять денежные средства в кредит, для этого необходимо предоставить развернутую и подробную информацию о выручке. Данная информация должна быть собрана именно перед обращением в кредитную организацию или же круглогодично собираться и обрабатываться внутренним контролером и предоставлять по требованию для подачи информации в банк. Данное решение влияет на экономические затраты на проведение внутреннего контроля, необходимо определить рациональную периодизацию проведения внутреннего контроля экономического субъекта.

Соответственно, если предприятие является крупным, то вопрос периодизации занимает важное место в принятии управленческих решений. Так как необходимо определять продолжительность проведения внутреннего контроля для предотвращения потери существенных сумм денежных средств и других инструментов эффективного осуществления деятельности экономического субъекта.

Также проблема периодизация просматривается в части отклонений. Отклонения возникают за счет сравнения значений, планируемых и фактических. Между данными двумя значениями происходит определенный период, за который формируются данные значения. Отклонения могут быть положительными и отрицательными, оба вида могут отрицательно влиять на цели и финансовый результат организации. Следовательно, необходимо правильно определять период сравнения показателей для наиболее точного и необходимого результата.

Проблема периодизации возникает и в части основных средств. Если здание эксплуатируется 5 лет и более, и это приносит экономические выгоды предприятию. Но вопрос стоит в том, какое состояние у данного основного средства, как долго оно сможет приносить экономические выгоды и быть в ресурсном состоянии. Для этого необходимо грамотно определить период проведения внутреннего контроля над состоянием зданием для исключения возможности несчастного случая, в том числе.

Целесообразно сделать вывод о том, что в настоящее время внутренний контроль осуществляется, в первую очередь, с целью принятия правильных управленческих решений. Внутренний контроль имеет множество проблем, которые необходимо решать для повышения эффективности управления деятельностью организации. Актуальной проблемой в современной экономике является периодизация внутреннего контроля в экономических субъектах.

Список использованных источников:

1. Белов Н. Г. Развитие внутреннего контроля в сельском хозяйстве // Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве. — 2011. — № 1. — С. 48–56.
2. Гульпенко К.В., Тумашик Н.В. Управленческая отчетность в отраслях// учебное пособие. – СПб: Изд-во СПбГЭУ, 2020. – С. 114.
3. Слабинская И.А., Ткаченко Ю.А. Процедуры внутреннего контроля в строительстве // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2017, №9. - С. 193-196.

Демина Надежда Романовна
Demina Nadezhda Romanovna,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Банки и управление активами»
Master program “Banks and asset management”
e-mail: nady120598@mail.ru

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ СИНЕРГИИ СДЕЛОК СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ

APPROACHES TO ASSESSING THE SYNERGY OF MERGERS AND ACQUISITIONS

В статье рассмотрены подходы к оценке сделок на рынке слияний и поглощений, в которых одно из центральных мест занимает синергетический эффект. Изучена история возникновения оценки, проведен анализ актуального состояния в подходах к оценке, в котором используют автоматические расчеты с помощью машинного обучения и искусственного интеллекта.

The article considers approaches to the evaluation of transactions in the M & A market, in which one of the central places is occupied by the synergistic effect. The history of evaluation is studied, the analysis of the current state in the approaches to evaluation, which use automatic calculations using machine learning and artificial intelligence.

Ключевые слова: синергия, рынок слияний и поглощений, цифровизация, искусственный интеллект.

Key words: synergy, m & a market, digitalization, artificial intelligence.

В условиях периода тотальной цифровизации изменения происходят в нашей жизни повсеместно, в особенности, в экономическом сегменте. Данные изменения не обходят стороной и сделки по корпоративному слиянию. Корпоративное слияние — это объединение активов и обязательств двух (или более) фирм, образующих единый хозяйствующий субъект. Когда высшее руководство решает купить другую компанию, оно в основном сосредоточено на повышении стоимости новой компании. Ожидается, что синергетический эффект станет основным фактором повышения продаж, маржи прибыли и рыночного позиционирования компании. Зачастую создание ценности является главным мотивом для приобретения. Ценность может быть создана, например, за счет увеличения доходов, сокращения издержек, увеличения операционного денежного потока, усовершенствования подходов к процессу принятия управленческих заключений или продажи избыточных активов. Общая стоимость цели приобретения складывается из имеющихся активов и стоимости слияния компаний в сочетании с реальными опционами [2].

Впервые определения «синергия, синергетика» были внедрены Г. Хакеном в качестве эффекта твердотельного лазера, то есть определение никак не относилось ни к экономике, ни к финансам. В переводе с греческого языка термин «синергетика» обозначает «содействие», «сотрудничество», «кооперирование». Со временем под синергетикой стали подразумевать науку о самоорганизации взаимодействий в концепциях разной природы. Впервые в экономической науке понятие синергии рассматривал русско-американский математик Игорь Ансов, показав, что основанная на использовании системного взаимодействия стратегия корпорации способна предоставлять ей извлекать дополнительные конкурентные достоинства, особенно в новейших областях деятельности, которые без такого использования были бы невозможны [1]. После появилось понимание, что синергетический эффект достаточно просто обеспечивать в направлении интеграции (вертикальной или горизонтальной), стратегий слияния и поглощения, диверсификации бизнеса.

Профессор Университета в Лос-Анджелесе Дж. Фред Уэстон – знаменитый эксперт на рынке сделок по слиянию и поглощению – впервые вводит «синергию» в области финансов. Главным положительным параметром, выделяемым Фредом Уэстоном в М&А, является системный эффект при взаимодействии двух или более компонентов, который в совокупности больше, чем просто сумма компонентов системы. В сделках М & А синергия определяется как дополнительная стоимость, основанная вследствие объединения возможностей двух и более компаний, выявлявшаяся для компании-цели универсальные возможности, недоступные участникам по отдельности и повысившая ее конкурентоспособность. Оценка потенциального синергетического эффекта является важнейшим шагом в подготовке к проведению сделок М&А. Сделка может оказаться, в конечном счете, безрезультативной по многим обстоятельствам, одним из наиболее распространенных является неточная, зачастую выше действительной, оценка стоимости приобретаемой компании или ожидаемого синергетического эффекта. При слиянии двух компаний в одной отрасли, например двух банков, совокупные доходы, как правило, снижаются до такой степени, что компании накладываются друг на друга на одном и том же рынке, а некоторые клиенты становятся отчужденными. Для того чтобы слияние принесло пользу акционерам, должны существовать возможности экономии затрат, чтобы компенсировать снижение доходов. Иными словами, синергия, возникающая в результате слияния, должна превышать первоначально потерянную стоимость. Как правило, синергия — это объединение бизнеса, где $2+2 = 5$.

Определённого порядка в развитии подходов к оценке синергии сделок М & А нет, но ключевыми положениями являются следующие.

Существует три основных метода оценки синергии: доходный, затратный и рыночный. Доходный подход считается более популярным на сегодняшний день, он предполагает использование метода DCF, позволяющий обнаружить возможный потенциальный синергетический результат в денежном потоке, а для контроля значимости ведется сопоставление прогнозных денежных потоков с учетом и без учета синергии. Если DCF с учетом синергетического эффекта выше значения DCF без учета синергии, то синергетический эффект в сделке был приобретен.

При использовании рыночного подхода возможно дать оценку синергетическому эффекту с помощью прогнозируемого значения прироста курсовой стоимости акций соединяемых фирм, но подход не является эффективным, так как невозможно в полной мере оценить достаточность ожиданий инвесторов для достижения курсовой разницы, а применение сравнения с реализованными ранее сделками обладает рядом недостатков, перечисленными выше. Затратный подход базируется на повышении стоимости материальных активов с помощью создания или приобретения материальных и нематериальных активов вплоть до момента появления возможности производить рентабельную продукцию, которая будет иметь спрос. Главным минусом данного подхода считается то, что он охватывает только один вид проявления синергетического эффекта – операционную синергию.

Исходя из этого, можно выявить, что существующие подходы к оценке эффекта синергии не являются корректными для всех проводимых сделок. Обратившись к новейшим исследованиям в рассматриваемой теме, представляется целесообразным использование преобразованного метода оценки синергии, предложенного Ириной Ивашковской [3]:

$$NPVS = \sum_{i=1}^n \frac{\Delta FCFE_i}{(1+r_e)^i} - P - E;$$

$$\Delta FCFE = \Delta S - \Delta NWC - \Delta T - \Delta Capex + \Delta Debt \pm \Delta L - \Delta I\&A - C,$$

где используются такие экономические показатели, как свободный денежный поток для акционеров, экономия на текущих расходах и налоге на прибыль, изменение чистого долга и затраты компании-покупателя.

Предложенный подход к оценке синергии сделок слияния или поглощения позволяет устранить недостатки других моделей, при этой приумножая их достоинства, в результате чего происходит более точная и объективная оценка синергии.

Главным шагом в рамках тотальной цифровизации в области оценки, расчетах синергии и в целом, в проведении сделок на рынке M & A является применение новейших технологий. Именно глобальная цифровизация, масштабное распространение технологий искусственного интеллекта стимулируют активные работы по созданию новых моделей для расчета синергии сделок и более обоснованным заключениям об их целесообразности. Круп-

нейшие глобальные консультационно-аудиторские компании KPMG, Deloitte, Ernst and Young уже имеют в перечне своих консультационных услуг именно цифровые решения, базирующиеся на использовании технологий ИИ, Big Data, нейронных сетей и машинного обучения. Актуальной конкретной задачей является создание нейронных сетей между базами данных, содержащих финансовую информацию о компаниях в различных странах и секторах экономики. С помощью реализации данной задачи именно программы искусственного интеллекта смогут вычислять компании-мишени для заказчиков, которые хотят произвести сделку по слиянию или поглощению, в тысячи раз быстрее и точнее, исключая ошибки человеческого фактора, неточности в анализируемой информации и даже коррупционные риски в проведении таких сделок. Особое внимание следует обратить на технологии распределенных реестров, с помощью которых можно будет собирать первоначальные данные.

Список использованных источников:

1. Ивашковская И. Слияния и поглощения: ловушки роста // Управление компанией. 2004. № 7. — С. 26-29.
2. Ansoff I.H. The New Corporate Strategy. Sidgwick & Jackson // Corporate planning. 1999. — 205 p.
3. Inna Lelies. How to calculate synergies in M&A // Alphagamma - Business portal for young professionals [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.alphagamma.eu/finance/how-to-calculate-sy..> (Дата обращения: 10.03.2021)

**Долгополова Алиса Сергеевна
Dolgopolova Alisa**

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Маркетинг и цифровые коммуникации»
Master program “Marketing and digital communications”
e-mail: alisa@hookanda.com

**ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ВНУТРЕННЕГО БРЕНДИНГА
В КОМПАНИЯХ НА РЫНКЕ B2B
CHALLENGES OF IMPLEMENTATION OF INTERNAL
BRANDING IN COMPANIES ON B2B MARKETPLACE**

Статья посвящена основным проблемам, связанным с внедрением инструментов внутреннего брендинга в компании, чья деятельность направлена на B2B рынок. Ключевой проблемой была выявлена неосведомленность собственников бизнеса о

важности управления брендом, которую возможно решить, начав с изменения общего подхода к управлению бизнесом. Главные выводы основаны на примерах и исследованиях зарубежных компаний, в частности на исследовании Бременского университета и опыта более 25 немецких предпринимателей B2B сегмента.

The article is devoted to the main problems related to the implementation of internal branding tools in companies whose activities are aimed at the B2B market. The key problem was revealed by the lack of awareness of business owners about the importance of brand management, which can be solved by starting with change management. The main conclusions are based on examples and studies of foreign companies, in particular on the study of the University of Bremen and the experience of more than 25 German B2B entrepreneurs.

Ключевые слова: маркетинг, брендинг, внутренний брендинг, B2B рынок.
Keywords: marketing, branding, internal branding, B2B marketplace.

Главная проблема внедрения процессов брендинга, а в особенности внутреннего брендинга, в компании, ориентированные на B2B рынок – это не проблема управления брендом, а проблема изменения самого подхода к управлению. Зачастую, собственники компании не понимают, почему необходимо перенаправить часть инвестиций в развитие бренда, а не в продажи, которые приносят им основной доход.

К примеру, известная авиастроительная компания Boeing впервые сформировала стратегию брендинга в 2000 г. несмотря на то, что на рынке их продукция представлена с 1916 г. [4]

Под внутренним брендингом понимают долгосрочный процесс формирования единой системы ценностей и позиционирования бренда по отношению к сотрудникам. Главная задача – донести до персонала компании, что из себя представляет бренд и какие ценности за ним стоят. Прежде, чем выстраивать систему внутренних коммуникаций необходимо внести ясность среди менеджмента компании. Управление изменениями играет в этом случае ключевую роль и является отправной точкой для внедрения внутреннего брендинга.

Существует две модели, которые направлены на преобразование ценностей менеджмента и подходов к управлению компанией и брендом: «модель 8-ступенчатого изменения» Джона Коттера и модель «Размораживание-Движение-Замораживание» Курта Левина [5]. Согласно высказыванию Ф. Котлера, внутренний маркетинг должен предшествовать внешнему маркетингу, так как нет смысла рекламировать превосходный сервис, если сотрудники не готовы его обеспечить [3].

Модель Коттера предназначена для людей, нацеленных на перемены. Автор предлагает создать ощущение срочности, сформировать стратегическое видение, привлечь всех к общему делу, устранить барьеры и сгладить углы, а также генерировать краткосрочные победы и поддерживать импульс.

Модель Левина разделяет процесс управления на три этапа. Первый этап – «разморозить» текущий процесс и посмотреть, как все реализуется на практике; после применить изменения и направить сотрудников на новую модель; и, в конечном итоге, «заморозить» новый статус-кво.

К сожалению, управление изменениями и формирование новых ценностей менеджмента – не все проблемы, с которыми может столкнуться компания на пути к успешно функционирующей системе внутренних коммуникаций.

Разобрав устранение первостепенной проблемы отсутствия понимания важности бренда у менеджмента компании, а в частности ее внутреннего бренда, нужно понять не что мешает, а почему возникает такое нежелание меняться.

На основе анализа изученной литературы в области внедрения внутреннего брендинга были обнаружены различные причины, замедляющие или вызывающие нежелание собственников компаний прибегать к развитию внутреннего маркетинга. В работе исследовательской кафедры Инновационного бренд-менеджмента в Бремене (Chair of Innovative Brand Management, University of Bremen, Germany) упоминается ряд барьеров на пути внедрения внутреннего брендинга, с которыми сталкиваются предприниматели из разных сфер бизнеса. Данное исследование было проведено на основе 25 компаний и 160 глубинных интервью с представителями топ-менеджмента. Рассмотрим некоторые из них, а также другие барьеры без контекста географического происхождения компании [6].

Первый барьер связан с краткосрочным планированием развития компании. Собственники бизнеса не хотят интегрировать процессы внутренних маркетинговых коммуникаций, так как это требует не просто дополнительных ресурсов и времени, но и структурных изменений, обучения персонала и внедрения различного рода процессов. Также это связано и с тем, что внутренний брендинг – долгосрочный процесс, как и его результат, что требует осознанного стратегического подхода и понимания, что это повышения результативности компании не «здесь и сейчас».

Следующий барьер подразумевает под собой осознание и принятие внутреннего брендинга как рекламы. Не стоит забывать, что первые покупатели – это сотрудники [3]. Компании, в которых сотрудники не рассматриваются как целевая аудитория – обречены и не смогут достигнуть результатов конкурентов, которые изменили свою точку зрения.

Сужение понятия внутреннего брендинга до внутренней рекламы также может послужить и ограничением возможностей и результатов, которые можно получить от его внедрения. Внутренний брендинг – это

совокупность инструментов, а не группа привычных для многих аспектов, включающих примитивные методы оповещения сотрудников о ценностях бренда: локальный журнал, брендбук и гайдбук компании (от англ. *brandbook*, *guidebook*) или внутренний форум для обсуждения.

Четвертый барьер напрямую связан человеческим фактором. Изменения – это структурный процесс, к чему могут быть готовы далеко не все сотрудники компании, так как это требует усилий, цель которых для многих не ясна. Без специальной подготовки и ряда мероприятий по тимбилдингу и обучающих семинарах о пользе внедрения системы внутренних маркетинговых коммуникаций можно получить «отказ» на всех уровнях организации.

Пятый барьер – отсутствие интеграций различных подразделений компании. Если обратиться к началу первой главы, можно найти ряд высказываний о подмене понятий о «внутреннем брендинге», «внутреннем маркетинге» и «HR-брендинге», что говорит о том, что для собственников компаний и их персонала не очевидно, что внутренний брендинг – это процесс, который невозможен без совместной работы двух важнейших отделов фирмы: маркетингового и кадрового отделов. В то время как отдел кадров развивает ценности компании и ее сотрудников, отдел маркетинга развивает ценности самого бренда, что в совокупности позволяет получить максимальный эффект от работы процессов внутреннего брендинга.

Подводя итоги, можно сказать, что основная причина проблемы внедрения внутреннего брендинга в компании как на российском, так и на зарубежном рынках – неосведомленность. Многие предприниматели могут не только не хотеть менять устоявшуюся компанию, но и не знать о том, как можно ее изменить изнутри.

Список использованных источников:

1. Домнин В. Н., Старов С. А. Эволюция ключевых концепций бренд-менеджмента // Вестник СПбГУ. Менеджмент. 2017. Т. 16. Вып. 1. С. 5-32.
2. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер. - СПб.: Питер, 2019. - 448 с. 11.
3. Berry, L.L. and Parasuraman, A. (1991), *Marketing for Services: Competing Through Quality*. The Free Press, New York, NY
4. Colin Lewis: Branding is still alien to many B2B firms (электронный ресурс). URL: <https://www.marketingweek.com/colin-lewis-b2b-branding/> (дата обращения: 05.03.2021).
5. Kotter, J.P. *Winning At Change // Leader to Leader*. 1998. № 3. p. 27-33.
6. Piehler R., Hanisch S., Burmann C. (2015): *Internal Branding – Relevance, Management and Challenges: Marketing Review St. Gallen* 32, 52-61 с.

Ефимова Анастасия Алексеевна
Efimova Anastasia Alekseevna
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Гражданское право, Семейное право»
Master program «Civil law, Family law»
e-mail: Pisatel06@mail.ru

ПОНЯТИЕ ДОХОДА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

THE CONCEPT OF INCOME IN THE ACTIVITIES OF NON-PROFIT ORGANIZATIONS

В статье раскрывается понятие дохода и поднимается вопрос о его соотношении с понятием прибыли, рассматриваются различия в терминах «предпринимательская деятельность» и «приносящая доход деятельность».

The article reveals the concept of income and explores the issue of income-to-profit ratio, examines the differences in the terms «entrepreneurial activity» and «income-generating activity».

Ключевые слова: доход, прибыль, некоммерческие организации, предпринимательская деятельность, приносящая доход деятельность.

Key words: income, profit, non-profit organizations, entrepreneurial activities, income-generating activities.

Как известно, некоммерческие организации активно участвуют в предпринимательских отношениях, поскольку зачастую нуждаются в денежных средствах, чтобы достигнуть целей, ради которых такие организации были созданы. Учредители не всегда способны обеспечить необходимую финансовую поддержку некоммерческой деятельности, из-за чего организации и становятся участниками предпринимательских отношений.

Однако, в 2014 году в ГК РФ произошла замена понятия «предпринимательская деятельность» на «приносящую доход деятельность». В прежней редакции ГК РФ в абз. 2 п. 3 ст. 50 говорилось о праве некоммерческих организаций осуществлять предпринимательскую деятельность, но только в тех случаях, когда это служит достижению целей создания данного вида юридических лиц и когда осуществление подобной деятельности соответствует таким целям. Впрочем, после внесения изменения в 2014 году термин «предпринимательская деятельность» был заменен на термин «приносящая доход деятельность».

Не совсем понятно, почему законодатель решил отказаться от понятия предпринимательской деятельности и что следует понимать под доходом, говоря о деятельности некоммерческих организаций?

По мнению Т.А. Нуждина, говоря о некоммерческих организациях, некорректно использовать термин «предпринимательская деятельность», поскольку получение прибыли не может являться целью какой-либо некоммерческой организации, а предпринимательская деятельность направлена не на что иное, как на систематическое получение прибыли [4, с.20]. Тем не менее, позиция Т.А. Нуждина не имеет законодательного подкрепления. Дело в том, что, в соответствии с п. 1 ст. 50 ГК РФ, некоммерческие организации не могут иметь извлечение прибыли лишь в качестве основной цели. Иными словами, в законе не содержится запрета, в соответствии с которым некоммерческие организации не могли бы предусматривать извлечение прибыли не в качестве основной, а в качестве дополнительной цели.

Несмотря на то что в действующей редакции ГК РФ отказались от термина «предпринимательская деятельность» в отношении деятельности некоммерческих организаций, данный термин сохранился в специальных законах, в том числе и в Федеральном законе «О некоммерческих организациях» [2]. В п. 2 ст. 24 данного Закона сказано, что некоммерческая организация вправе осуществлять предпринимательскую и иную приносящую доход деятельность.

В. Царев указывал, что получение дохода может и не носить систематический характер, то есть деятельность в данном случае уже не будет предпринимательской [5, с.108]. Иначе говоря, существуют единоразовые сделки, которые принесут выгоду только один раз, а не будут это делать регулярно. Чтобы учесть все виды экономической активности некоммерческих организаций, которые способны принести им доход, вполне логично было заменить термин «предпринимательская деятельность» на термин «приносящая доход деятельность».

Однако, существует и иная точка зрения. Ю.В. Гросул, проводя анализ законодательства о некоммерческих организациях, пришел к выводу, что в законах оба термина по своему смыслу совершенно идентичны [3, с.14]. Из анализа специальных законов видно, что формулировки содержащихся в них норм довольно близки к нынешнему тексту ГК РФ в части возможности некоммерческих юридических лиц заниматься приносящей доход деятельностью, хотя в этих законах и используется термин «предпринимательская деятельность» в отличие от ГК РФ.

Более того, в п. 3 ст. 38 Федерального закона «О защите конкуренции» речь идет о коммерческих организациях и некоммерческих организациях, осуществляющих деятельность, приносящую им доход [1]. Довольно любопытно, что в этом случае законодатель четко разделил эти два вида деятельности как самостоятельные. Из буквального толкования данной нормы следует, что коммерческие организации осуществляют

предпринимательскую деятельность, в то время как некоммерческие, разумеется, – приносящую доход. Однако, не стоит забывать про п. 2 ст. 24 Федерального закона «О некоммерческих организациях», в котором эти понятия соотносятся как род и вид.

Какие же виды деятельности могут приносить доход, не являясь при этом предпринимательскими? В абз. 2 п. 1 ст. 2 ГК РФ указывается, что предпринимательская деятельность направлена на систематическое извлечение прибыли, следовательно, существует различие между понятиями «прибыль» и «доход».

В соответствии с п. 1 ст. 248 и п. 1 ст. 249 НК РФ к доходам относится выручка от реализации товаров, работ, услуг и имущественных прав, а также внереализационные поступления. Как правило, эта выручка состоит из всех поступлений, которые так или иначе связаны с расчетами при реализации. А вот что касается внереализационных доходов, то к ним, согласно ст. 250 НК РФ, относятся все иные доходы, не перечисленные в ст. 249 НК РФ. Например, к внереализационным поступлениям можно отнести доходы в виде процентов, которые лицо получило по определенным видам договоров (это могут быть кредитные договоры, договоры займа, банковского счета, банковского вклада) или долговым обязательствам, включая ценные бумаги. В указанной статье перечислены и другие внереализационные доходы, но важно понимать, что этот список незакрытый, а, значит, к таким доходам могут быть причислены и иные поступления, которые напрямую в НК РФ не названы.

Получается, что доходы – это поступления, полученные лицом. Они не могут принимать отрицательное значение или равняться нулю.

Прибыль же, наоборот, может выражаться в отрицательных показателях или же быть равной нулю. В соответствии со ст. 247 НК РФ прибыль – это разница между доходами и расходами, поэтому если лицо произвело расходов больше, чем получило доходов, то прибыль будет принимать отрицательное значение.

Исходя из вышесказанного, видно, что доход и прибыль – понятия не тождественные, и некоммерческая организация ввиду изменений законодательства 2014-го года наряду с прибылью, получаемой от предпринимательской деятельности, вправе получать доход и от других видов деятельности.

Но важно отметить, что несмотря на такое право, в некоммерческой организации полученная прибыль не распределяется между ее участниками, поскольку п. 3 ст. 26 Федерального закона «О некоммерческих организациях» содержит на это прямой запрет. В противном случае такое распределение прибыли противоречило бы основным целям создания

данного вида юридических лиц, ведь извлечение прибыли, как уже отмечалось выше, не может являться их основной целью.

Законодательство не содержит статей расходов, на которые некоммерческая организация вправе потратить полученные средства, поскольку невозможно разработать универсальные расходные пункты для всего многообразия таких организаций. Однако, в соответствии с п. 4 ст. 50 ГК РФ и п. 2 ст. 24 Федерального закона «О некоммерческих организациях» могут воспользоваться своим правом осуществлять приносящую доход деятельность лишь тогда, когда это служит достижению целей их создания и когда это соответствует таким целям. Следовательно, полученный доход некоммерческие организации вправе направлять на осуществление целей, указанных в уставе. За целевым расходованием имущества некоммерческих организаций осуществляется строгий контроль со стороны государства. Такие организации обязаны отчитываться о своей деятельности. Согласно п. 2 ст. 32 Федерального закона «О некоммерческих организациях», размеры и структура доходов, сведения об имуществе и сведения о расходах некоммерческой организации не могут являться коммерческой тайной.

Таким образом, несмотря на очевидные различия между доходом и прибылью, в юридической доктрине до сих пор не сложилось единого мнения, как соотносить между собой понятия «предпринимательская деятельность» и «приносящая доход деятельность». Формулировки, существующие в отдельных законах, противоречат друг другу, что препятствует правильному толкованию данного юридического термина. Чтобы устранить такое несоответствие, законодательство о некоммерческих организациях следует привести к единообразию, четко определив, какие виды деятельности они вправе осуществлять – предпринимательскую и (или) приносящую доход.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 17.02.2021) «О защите конкуренции» // *Собрание законодательства РФ*. – 31.07.2006. - № 31 (1 ч.). – ст. 3434;
2. Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ (ред. от 30.12.2020) «О некоммерческих организациях» // *Собрание законодательства РФ*. – 15.01.1996. - № 3. – ст. 145;
3. Гросул Ю.В. «Приносящая доход деятельность» и «предпринимательская деятельность некоммерческих организаций»: проблемы понятийного аппарата // *Юрист*. 2015. № 10. С. 13–16;
4. Нуждин Т.А. О совершенствовании законодательства о юридических лицах // *Право и экономика*. 2009. № 6;
5. Суханов Е.А. О Концепции развития законодательства о юридических лицах // *Журнал российского права*. 2010. № 1.

Жунусова Диана Канатовна
Zhunosova Diana Kanatovna,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Управление рисками и контроллинг»
Master program “Risk management and controlling”
e-mail: di.zhunosova90@gmail.com

**СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В РАМКАХ
ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ
В ПОСТ-КОВИДНЫЙ ПЕРИОД
RISK MANAGEMENT SYSTEM OF INNOVATION PROJECTS
IN ENTERPRISES IN THE POST-COVID PERIOD**

В статье описаны некоторые из ключевых областей инновационных проектов, реализуемых на предприятиях, в которых необходимо учитывать риски в будущем в пост-ковидный период.

The article describes some of the key areas of innovation projects implemented in enterprises, in which it is necessary to consider the risks in the future in the post-COVID period.

Ключевые слова: Риск-менеджмент, инновационные проекты, пост-ковид, риски

Key words: Risk management, innovation projects, post-covid, risks

Innovation, the introduction of new products, services, and ways of doing business - will be a critical element of the recovery from COVID-19. As economies around the world move from the "response" phase to the "recovery" phase of the pandemic crisis, businesses are entering a new period of innovation. COVID-19 exposed vulnerabilities in many organizations and accelerated trends that could lead to significant productivity gains. Never before have we seen such large-scale operational transformations, implementing innovative projects in such a compressed period. However, conducting R&D and innovation activities always involves risk with uncertain technical and commercial outcomes. Also, with each transformation comes a new set of risks that need to be considered and mitigated.

Organizations will scan the horizon for opportunities and emerging risks related to the next phase - successfully rebuilding their business in the coming months. Effective risk management plays a critical role in rethinking risk management approaches and tools. In normal operating environments, risk registries have traditionally been seen as useful tools for identifying, assessing and prioritizing key risks. However, in unusual times, such as the current period associated with COVID-19, traditional tools need to be adapted and regularly

updated to ensure they remain relevant. A practical approach is to create a "working risk register" to manage current risks during the response phase, as well as a "recovery risk register" to identify emerging risks during the return to pre-crisis activity. This can be a useful way to keep an eye on the future, as well as to identify, prioritize, and mitigate emerging risks before they crystallize. These registers should be part of the daily risk management process for all management teams. They should help build the resilience of your business by reflecting different risk appetites as you move from crisis to recovery without losing any of them. This approach will help the organization move through the various phases, supporting clear and well-informed decision-making.

One of the challenges organizations face when managing innovation projects and preparing for life after COVID-19 is to rethink their approach, both strategically and operationally, in response to the changes that have occurred. Many aspects of their operations may have changed forever. Below are some of the key areas to consider for future risks:

Business Models - many organizations will need to rethink their business models to ensure they align with changes in the broader political, business, economic and social environment.

Financial Management - all organizations will need accurate information to support cash flow forecasting models, while the underlying assumptions should be regularly questioned as new information becomes available.

Digitization - the coronavirus pandemic clearly demonstrated that the more business functions organizations can network, the more resilient they are to disruptive events. Retail is the most obvious example of this, with Amazon and other online hubs thriving during the pandemic, while regular retailers are shrinking. In addition, companies that can run their internal business processes online during widespread quarantines and lockdowns are doing much better than those that can't. This trend offers tremendous opportunities for organizations of all types to rethink the way they interact with customers, manage costs, improve productivity and build their IT infrastructure. For example, we've seen a significant acceleration in migration to the cloud in recent times. The COVID pandemic has taught painful lessons about the inadequacy of legacy IT infrastructure at a time when everyone - employees, customers, partners, etc. etc. - must interact digitally. While the dynamic flexibility and scalability of the cloud allows organizations to adapt to digital demands, digital transformation introduces new risks-process risks, cyber risks, compliance risks, etc. These risks must be fully addressed and addressed during the design phase of the transformation process to ensure a successful implementation.

Returned Workforce - many organizations built open offices to encourage collaboration before the pandemic, but now they need to redesign the office. Some have already begun renovations to provide more isolation for work-

ers in an effort to prevent potential transmission of the virus. Other environments, such as manufacturing plants, are developing strategies to distance themselves from the community and, if necessary, provide personal protective equipment to employees who need to work around each other. Others are still considering staggering shifts and expanding work-at-home policies to protect employees and reduce the cost of office space. There are also tough questions about employee health monitoring, planning to protect the data in accordance with local law. In many ways, bringing the workforce back will require even more planning, execution and risk mitigation than the initial "work-at-home" break. And we may enter a period where the work environment will periodically open and close depending on the state of COVID-19 contamination, forcing organizations to develop "internal flexibility" to cope with this unpredictable state of affairs.

Renewing the supply chain - contract management functions must coordinate with supply chain managers to understand problems and vulnerabilities in the value chain. The number of disputes may have increased, so it is important to clearly understand the contractual position, seeking to cooperate and negotiate with both customers and suppliers to provide what is possible, maintain the value chain and strengthen relationships with key third parties. Companies have spent years optimizing their supply chains through cost control and on-time delivery. However, they have not necessarily optimized for pandemic resilience, so many companies are struggling to maintain or increase capacity. COVID-19 is forcing these companies to completely rethink their supply chains as blockages around the world cause widespread disruption. Historically, organizations have typically factored regional disruptions into their supply chain resiliency plans; however, they have not impacted global disruptions such as the pandemic and are now learning hard-earned lessons about supply chain risk.

Managing project prioritization and changes - projects that were previously suspended will need to be reviewed and the most urgent projects will need to be reprioritized according to business recovery and resumption plans. It is important that resources be directed to projects that realize benefits and support any changes to the business model.

Management Design - changes in the way work is done may necessitate changes in the design of internal controls to ensure they are fit for purpose.

Fraud - opportunities for continued fraud increase not only in difficult operating environments, but also in periods of transition. Business leaders must consider key risks and vulnerabilities. How can these risks be mitigated and what is the organization's risk appetite? Some controls may not have worked fully at the height of the COVID-19 outbreak, so retrospective analysis may be needed to see if they were applied and if compensating measures were effective.

Cybersecurity- millions of employees work from home, so organizations have had to adapt quickly to keep business-critical functions running while ensuring proper security. Security considerations must also be taken into account as business processes change and organizations return to more normal operations. Cybersecurity is always a hot topic when discussing risk. It was in the spotlight during the coronavirus pandemic, when organizations moved their workforce out of the office in a matter of days. Not all organizations had the infrastructure to do this, so many had to make compromises to keep their business. There has also been an increase in malicious activity- they thrive on chaos, and the pandemic gives them plenty of opportunities to use social engineering to encourage bad clicks and insecure online activities. The pandemic has brought renewed attention to several areas of cybersecurity, including identity management, cloud security, secure collaboration, and "cybersecure" employee training. The digital transformation brought about by the pandemic has reinforced the need for organizations to fully leverage these and other functions.

Implications for health information and data privacy - organizations are collecting and processing new types of information about people, including health conditions, household information, and the results of any COVID-19 tests. Today, many organizations are managing personal protected information (PPI) and personal health information (PHI) that they would never have considered part of their operations before. And this trend will intensify as the world reopens. This brings with it new risks, from process re-engineering to compliance and data security.

Compliance- in the midst of all that's going on and the day-to-day challenges organizations face, it's important not to take your eye off the regulatory ball. Regulators will not be tolerated. There needs to be a constant focus on compliance and acceptance of any regulatory changes that arise, including in areas such as health and security.

Opportunity - risk has both positives and negatives. Organizations must be alert to the opportunities that change presents. As part of a rethinking strategy, this would include adopting tried and tested smarter ways of working to ensure flexibility and efficiency, as well as sustainable benefits for the organization and its employees, very important when managing innovative projects.

Many view the COVID-19 crisis as a "black swan" incident because of its rarity, extraordinary impact, and retrospective. From a risk perspective, historically many organizations have been reluctant to include such rare events on risk registers because they may seem remote, unlikely, and therefore not worth significant time and resources. Perhaps now is the time for all organizations to follow their lead in assessing low-probability, high-impact events.

One thing is clear: managing risk in a dynamic and flexible way is more important than ever. Organizations must be able to manage risk in real time to inform management teams' decisions as they emerge from the crisis and rethink their business for the future.

Список использованных источников:

1. McKinsey&Company, Innovation in a crisis: Why it is more critical than ever – 2020. –Article;
2. Warwick Business School, R&D and innovation after COVID-19: What can we expect? A review of prior research and data trends after the great financial crisis - Stephen Roper, Joanne Turner – 2020. –Article;
3. McKinsey&Company, From surviving to thriving: Reimagining the post-COVID-19 return– 2020. –Article;
4. Taleb N.N., The Black Swan: Second Edition – 2010.

Зайка Мария Алексеевна

Zayka Maria Alekseevna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Социальное управление в организации»

Master program “Social management in the organization”

e-mail: sibiryakova.mary-mary@yandex.ru

НАРУШЕНИЯ КОММУНИКАЦИИ В КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ COMMUNICATION DISORDERS IN A CRISIS SITUATION

В данной статье рассматривается само понятие кризисной ситуации, причина возникновения кризисной ситуации. Кризис с точки зрения коммуникации. События, повлекшие за собой коммуникативный кризис. Причины, послужившие нарушению коммуникации в кризисной ситуации. Обратная сторона кризисной ситуации. Алгоритм действия антикризисной программы. Возможности выстраивания эффективной внутренней коммуникации в организации. Психотип делового партнёра.

This article examines the very concept of a crisis situation, the cause of a crisis situation. Crisis from the point of view of communication. Events that led to a communication crisis. The reasons for the disruption of communication in a crisis situation. The reverse side of the crisis situation. The algorithm of the anti-crisis program. Opportunities for building effective internal communication in the organization. Psychotype of a business partner.

Ключевые слова: кризисная ситуация, коммуникации, кризисное управление, антикризисное управление, межличностные коммуникации.

Keywords: crisis situation, communication, crisis management, crisis management, interpersonal communication.

Самый яркий пример кризисной ситуации, за последнее время, послужил период пандемии. Никто не подозревал, что эта ситуация взбудоражит весь мир, экономически, политически, социально и психологически – затронуло каждого гражданина во всём мире. Если рассмотреть в целом, понятие кризисной ситуации, то это ситуация эмоционального и интеллектуального стресса, требующая значительного изменения представлений о мире и о себе за короткий промежуток времени. Человек, находящийся в кризисной ситуации, не может оставаться прежним. Кризис рассматривается как развивающийся во времени процесс, определяются его временные рамки [1, с. 9].

Как это не покажется странным, но тем не менее, за небольшой промежуток времени, в момент проживания кризиса происходит истинная переоценка ценностей. Мы начинаем понимать важность и ценность пережитых событий, окружающих нас людей, которым ранее не придавали значение. Это касается не только личных взаимоотношений человека, а также межличностных и межгрупповых связей (организации, государство, власть).

В современном социальном сообществе одним из основополагающим фактором в связях с общественностью является кризисное управление репутаций.

Если рассматривать классификацию кризисов, то вариантов достаточно много. Наиболее простым, доступным в понимании и применяемым стоит рассмотреть вариант английского профессора Сэма Блэка. Его классификация кризисов рассматривается по двум видам: известное неизвестное (known unknown) и неизвестное неизвестное (unknown unknown).

Известное неизвестное – это тот случай, когда мы знаем, что грядёт кризис, но не знаем когда именно он наступит (забастовка, смена руководства, смена режима, техногенная авария и т.д.).

При неизвестном неизвестном - событие предсказать невозможно. Это могут быть стихийные бедствия, катастрофа вызванная природными явлениями, боевые действия, или как недавно, мы столкнулись с пандемией.

Кризис с точки зрения коммуникации – это событие, в результате которого организация попадает в центр недоброжелательного внимания СМИ и других целевых аудиторий, которые интересуются действиями компании [2, с. 21].

По мнению Алексея Сафронова (генеральный директор коммуникационной группы «Орта»), кризисы обладают потенциалом внезапно разрушить или серьёзно повредить репутацию организации, которая является главным продуктом коммуникаций.

В организации наиболее часто встречаемые события, которые могут повлечь за собой коммуникативный кризис:

- нарушения межличностной коммуникации внутри компании;
- утечка информации;
- ошибки сотрудников;
- нарушения иерархии;
- юридическая неграмотность;
- экологические проблемы;
- искажённая подача информации прессе (ошибки PR-службы или PR-агентства).

Причинами нарушения коммуникаций в кризисной ситуации могут послужить:

- отказ от признания собственных ошибок;
- невозможность контакта с высшим руководством;
- отсутствие официальных заявлений; наличие противоречивой информации;
- отсутствие быстроты реакции, что является главным принципом кризисных коммуникаций.

Во многих крупных организациях, особенно предприятиях федерального значения, существуют программы по антикризисным мерам.

Антикризисный план поможет организации в принятии своевременных и эффективных мер для урегулирования кризисной ситуации, а также проведения анализа по вложению дополнительных инвестиций.

Кризисная ситуация может послужить как источник развития. Одной из главной функций кризиса может состоять в том, что будучи формой противоречия, кризис может стать источником развития. Отсюда следует вывод, что формируются/аккумулируются ресурсы к изменению. Конструктивной реакцией будет восприятие происходящего как сигнал к необходимости изменений.

Кроме того, в кризисной ситуации есть высокая вероятность сближения, некоторая командообразование и выстраивание грамотного менеджмента внутри организации.

Неграмотное поведение руководства и ненормализованное структурирование самой организации в кризисной ситуации приводит к деструктивным форма развития, своего рода инволюция предприятия, что может привести к необратимым потерям и ущербам, так называемой пересечения точки невозврата.

Реакция на кризис должна быть оперативной. В состав антикризисной команды входят руководитель организации, финансовый директор, служба безопасности, HR, PR, юристы. Алгоритм действий заключается

в первую очередь в идентификации кризиса, определяющих факторов и принятии решения о переходе на антикризисную модель управления. После определения целей и задач – этап реализации и устранения кризисной ситуации. Завершающим этапом считается подведение итогов выполненных работ, отчёт о нанесённом ущербе - завершение антикризисного управления.

Как выстроить эффективные внутренние коммуникации в организации?

В каждой крупной компании и бизнес корпорациях, которые зарекомендовали себя на рынке труда, предусмотрен отдел по внутренним коммуникациям. Задача перед такими специалистами заключается в синхронизации всех подразделений внутри предприятия, кроме того, соблюдать благоприятный микроклимат в коллективе и организовывать корпоративный досуг.

Коммуникации в организации – это информационный взаимообмен при выполнении должностных обязанностей. Коммуникации считаются эффективными, если участники процесса обеспечены пониманием предоставляемой информации, на основе которого руководитель принимает эффективные решения и доводит их до сотрудников [3, с. 78].

Самым главным в межличностных коммуникациях является передача информации от одного лица к другому. В процессе межличностной коммуникации важное значение имеет обратная связь, поскольку она превращает коммуникационный процесс в двухсторонний [4, с. 37].

Коммуникацией нужно управлять и использовать для достижения своих целей. Зачастую от нее зависит конечный результат реализации масштабных и инновационных проектов, в которых задействованы тысячи специалистов.

Мы живем в условиях информационного взрыва — огромные потоки новостей обрушиваются на человека со всех сторон. Происходит когнитивный кризис, человек перестает успевать обрабатывать информацию. В то же время появляются и новые средства коммуникации, например, различные мессенджеры, которые меняют, а порой и искажают привычные системы донесения информации и влияют на достижение целей проектов.

Психотип делового партнёра выражается в правильной организации и планомерности своих действий, правильном использовании тайм-менеджмента, быстро и эффективно выполняет поставленные задачи, использует грамотно поставленную речь. Склонен к систематизации, оптимизации, рационализации своих целей. Умеет их согласовывать со своими партнёрами. Сочетает спокойствие, уверенность в себе и своих действиях. Открытость и доступность принимает в любых

деловых сферах, адекватно оценивает и воспринимает информацию, к нему прислушиваются.

Список использованных источников:

1. Грачев М. В. Суперкадры: управление персоналом в международной корпорации. - 2018. – С. 9- 15.
2. Деминг У.Э. Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми, системами и процессами. - 2016. – С. 21-24.
3. Короткова Э.М. Антикризисное управление. – 2007. – С. 9-80.
4. Умаров М.Ю. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила. - 2016. – С. 34-37.

Зуева Анна Николаевна

Zueva Anna Nikolaevna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Государственные и муниципальные финансы»

Master program “State and municipal finance”

e-mail: zueva.a.n@mail.ru

**НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ:
ФИНАНСИРОВАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ
NATIONAL PROJECTS IN THE CONTEXT OF A PANDEMIC:
FINANCING AND IMPLEMENTATION**

В статье рассмотрены особенности финансирования и реализации национальных проектов в 2020 году. Проведенный анализ позволил выявить наиболее затратные для федерального бюджета национальные проекты, найти причины неполного и неравномерного исполнения выделенных средств на их реализацию, сделать выводы об эффективности реализации национальных проектов.

The article considers the specifics of financing and implementing national projects in 2020. The analysis made it possible to identify the most costly national projects for the federal budget, to find the reasons for incomplete and uneven implementation of the allocated funds for their implementation, and to draw conclusions about the effectiveness of the implementation of national projects.

Ключевые слова: национальный проект, финансирование национальных проектов, расходы федерального бюджета, эффективность национальных проектов

Key words: national project, financing of national projects, federal budget expenditures, effectiveness of national projects

Национальные проекты являются относительно новым инструментом социально-экономического развития России. Они были разработаны в соответствии с национальными целями, определенными Президентом Российской Федерации в указе от 7.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».

Под воздействием пандемии коронавируса в стране изменились экономическая ситуация и социальная среда. В результате чего Президент России подписал указ о национальных целях развития России до 2030 года, в соответствии с которыми получил скорректировать национальные проекты и сроки их реализации. В новом указе обозначены 5 целей развития страны, для достижения которых реализуются 12 национальных проектов и комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры.

2020 год стал вторым годом реализации национальных проектов.

Из федерального бюджета на выполнение мероприятий, предусмотренных национальными проектами, в прошлом году было выделено 2 206,7 млрд руб., что на 26,1% больше, чем в 2019 году [5].

Согласно таблице 1, отражающей информацию о расходах и их исполнении в разрезе национальных проектов, самыми крупными по объему финансирования в прошлом году стали ключевые для населения национальные проекты «Демография» и «Здравоохранение», а также Комплексный план. Небольшими в сравнении с другими проектами по сумме выделенных средств были национальные проекты «Культура» и «Производительность труда и поддержка занятости».

Таблица 1 – Расходы федерального бюджета на реализацию национальных проектов и их кассовое исполнение в 2020 году [5]

Национальный проект	Бюджетные ассигнования, млн руб.	Уровень исполнения, %
Демография	725 590,0	98,0
Здравоохранение	312 468,8	96,1
Образование	147 172,9	86,4
Жилье и городская среда	106 525,4	99,7
Экология	76 661,5	97,6
Безопасные и качественные автомобильные дороги	104 274,1	98,7
Производительность труда и поддержка занятости	6 900,0	98,7
Наука	47 049,9	99,2

Окончание табл. 1

Национальный проект	Бюджетные ассигнования, млн руб.	Уровень исполнения, %
Цифровая экономика	124 205,6	96,9
Культура	17 163,7	98,5
Малое и среднее предпринимательство	49 857,0	96,9
Международная кооперация и экспорт	74 548,9	97,6
Комплексный план	337 215,7	99,4

Следует отметить, что финансирование национальных проектов в таких пропорциях не является особенностью 2020 года, в сопоставимых размерах предусмотрено финансовое обеспечение в утвержденных паспортах национальных проектов.

Проведенное исследование показывает, что необходимый уровень финансирования определяется масштабами самого национального проекта, входящими в него мероприятиями и количеством заложенных целевых показателей.

Так, в состав национальных проектов «Культура» и «Производительность труда и поддержка занятости» входят по 3 федеральных проекта и заложено по 2 и 3 целевых показателя соответственно. Но небольшой размер данных национальных проектов не уменьшает их значимость для россиян.

Национальный проект «Демография» призван обеспечивать увеличение продолжительности жизни, рост рождаемости и поддержку семей с детьми. Именно через данный проект финансируется система материнского капитала, программа «Семейная ипотека», что объясняет его ёмкость.

Значительные объемы финансирования Комплексного плана связаны с масштабностью данного проекта, в пределах которого развивается транспортная и энергетическая инфраструктура России.

В рамках национального проекта «Здравоохранение» значительная часть бюджетных средств расходуется на борьбу с онкологическими заболеваниями, на обеспечение медицинских организаций квалифицированными кадрами, а также создание механизмов взаимодействия медицинских учреждений на основе единой информационной системы.

Анализ уровня исполнения расходов на реализацию национальных проектов показал, что в течение 2020 года исполнение осуществлялось неравномерно. Уровень кассового исполнения в I квартале составил 15,7%, во II квартале – 26,0%, в III квартале – 55% [1]. По итогам 2020 года уровень исполнения расходов федерального бюджета на реализацию национальных проектов составил 97,4% [2].

Неполное и неравномерное исполнение расходов на реализацию национальных проектов объясняется следующими причинами:

1) Ситуацией, связанной с распространением коронавируса и введением ограничительных мер, итогом которых стала перенос сроков или невозможность проведения многих запланированных мероприятий национальных проектов;

2) Несоблюдение сроков разработки проектно-сметной документации, графиков выполнения работ и передачи объектов в эксплуатацию;

3) В 2020 году реализация национальных проектов характеризовалась значительным количеством изменений их паспортов, предусматривающих корректировку показателей и результатов, а также перераспределение финансового обеспечения [2].

Для объективной оценки эффективности реализации национальных проектов представляется возможным сравнение плановых значений целевых показателей, характеризующих достижение национальных целей, с полученными значениями за прошедший год, размещенными в открытых источниках. Результаты сравнения плановых и фактических значений целевых показателей представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты достижения национальных целей развития России в 2020 году [3; 4]

Целевые показатели, характеризующие достижение национальных целей	План	Факт
Естественный прирост (убыль) населения, тыс. человек	-127,4	-688,7
Средняя ожидаемая продолжительность жизни, лет	73,9	72,4
Уровень бедности, %	11,1	13,5
Реальные располагаемые денежные доходы населения, %	101,5	96,5
Реальный размер назначенных пенсий, %	102,4	102,3
Численность занятых в сфере МСП, млн человек	20,5	22,9
Объемы жилищного строительства, млн м ² в год	98,0	80,6
Доля граждан, систематически занимающихся физической культурой и спортом, %	43,0	45,4
Доля домохозяйств с доступом к интернету, %	84,0	76,9
Доля твердых коммунальных отходов, направленных на переработку, %	27,0	30,0
Темп роста ВВП, %	102,0	96,9
Общий объем несырьевого неэнергетического экспорта, млрд долл. США	167,0	161,3

Большинство из проанализированных показателей отклоняются от плановых значений. В течение 2020 года сохранялась естественная убыль

населения, не были достигнуты целевые ориентиры по средней продолжительности жизни, по уровню бедности и росту доходов населения. За ушедший год не достигнуты ожидания по вводу жилья в эксплуатацию, по оснащению россиян широкополосным интернетом, по состоянию дорожной сети. Отстают от запланированных показателей темп роста ВВП и объем несырьевого неэнергетического экспорта.

Многие целевые показатели впервые были поставлены только в 2020 году в связи с корректировкой национальных целей, но, подавляющая их часть действует с начала реализации национальных проектов.

Если провести параллель между достижениями 2019 и 2020 годов, то результаты будут приблизительно одинаковыми: сохранение негативных тенденций в демографии, отсутствие положительной динамики в доходах населения, высокий процент россиян с доходами ниже прожиточного минимума.

Важно, что значительная часть целевых ориентиров не была достигнута при высоком проценте освоения бюджетных средств, выделенных из федерального бюджета на реализацию национальных проектов.

Основываясь на проведенном анализе можно сделать вывод о том, что пандемия коронавируса и введенные ограничительные мероприятия повлияли на ход реализации национальных проектов.

В связи с ухудшением социально-экономических условий в стране вследствие кризиса потребовалась корректировка национальных целей, что привело к продлению сроков реализации национальных проектов до 2030 года и к пересмотру их целей и целевых показателей.

При высоком уровне исполнения расходов федерального бюджета, направляемых на реализацию национальных проектов, по большинству целевых показателей не удалось достичь плановых значений. Продолжаются негативные тенденции в показателях демографии, денежных доходах россиян и уровне бедности в стране. Появление нового вируса еще больше усугубило данные проблемы. С одной стороны, недостижение целевых показателей свидетельствует о недостатке в их планировании, с другой – ставит под сомнение эффективность реализации национальных проектов.

Реализация национальных проектов в период пандемии характеризовалась неравномерным исполнением расходов в течение года, а также внесением многочисленных правок в паспорта нацпроектов, предусматривающих внеплановую корректировку результатов.

Несмотря на многочисленные проблемы, национальные проекты должны продолжаться, и очень важно, чтобы в ходе их реализации были найдены новые, нестандартные решения, направленные на усиления экономического роста и повышение качества жизни россиян.

Список использованных источников:

1. Аудит национальных целей и национальных проектов. [Электронный ресурс]. URL: <https://ach.gov.ru/audit-national/> (дата обращения: 19.04.2021)
2. Аудит федерального бюджета. Оперативный доклад за 2020 год. [Электронный ресурс]. URL: <https://ach.gov.ru/audit/12723#expenditures> (дата обращения: 19.04.2021)
3. Единый план по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 года. [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_324365/ (дата обращения: 19.04.2021)
4. Информация о социально-экономическом положении России (2020 год). [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/6WHhWc1N/oper-12-2020.pdf> (дата обращения: 19.04.2021)
5. Исполнение федерального бюджета и бюджетов бюджетной системы Российской Федерации за 2020 год (предварительные итоги). [Электронный ресурс]. URL: https://www.minfin.ru/common/upload/library/2021/03/main/Ispolnenie_2020_god.pdf (дата обращения: 19.04.2021)

Иванов Станислав Максимович
Ivanov Stanislav Maximovich,
 Санкт-Петербургский государственный
 экономический университет
 St. Petersburg State University of Economics
 Программа «Корпоративные финансы»
 Master program «Corporate finance»
 e-mail: ivanovstanislavvv@gmail.com

**ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СТРУКТУРОЙ КАПИТАЛА
 КОРПОРАЦИЙ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО
 КОМПЛЕКСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ
 FEATURES OF MANAGING THE CAPITAL STRUCTURE OF FUEL
 AND ENERGY COMPLEX CORPORATIONS IN THE CONTEXT
 OF DIGITALIZATION**

В последние годы, в современных организациях, наблюдается трансформация процессов, связанных с цифровизацией бизнес-систем. Цифровизация в экономике, безусловно, играет важную роль в экономическом росте страны и Российская Федерация не исключение. Технологические инновации не достижимы без цифровизации общества, а именно они влияют на производительность и оптимизацию бизнес-процессов хозяйствующих субъектов. Компании топливно-энергетического комплекса, как и предприятия других отраслей экономики, попали под процесс цифровизации и, как результат, мы можем наблюдать трансформацию в управлении структурой капитала.

In recent years, in modern organizations, there has been a transformation of the processes associated with the digitalization of business systems. Digitalization in the economy, of course, plays an important role in the economic growth of the country and the Russian Federation is no exception. Technological innovations are not achievable without the digitalization of society, namely, they affect the productivity and optimization of business processes of economic entities. The companies of the fuel and energy complex, as well as enterprises of other sectors of the economy, have come under the process of digitalization and, as a result, we can observe a transformation in the management of the capital structure.

Ключевые слова: цифровизация, капитал, структура капитала, топливно-энергетический комплекс

Key words: digitalization, capital, capital structure, fuel and energy complex

Цифровизация можно рассматривать как явление, вошедшее в обиход с развитием информационных технологий и компьютеризации большинства сфер нашей повседневной деятельности. Юридические и физические лица приобретают и продают товары, а также предоставляют услуги «онлайн», оценивают огромные массивы данных, управляют бизнесом и многое другое благодаря современным цифровым технологиям.

Существует Всемирный рейтинг цифровой конкурентоспособности, который считается по 63 странам как среднее арифметическое трех субиндексов: Знания (Knowledge), Технологии (Technology) и Готовность к будущему (Future Readiness). Данный показатель позволяет оценить интенсивность разработки и применения страной цифровых технологий, ведущих к трансформации государственного управления, бизнес-моделей и общества в целом. По данным этого рейтинга мы можем сказать, что Российская Федерация идет в правильном направлении, относительно внедрения цифровых технологий в общество. Динамика индекса положительная и за три года стране удалось повыситься в рейтинге на четыре места [5, с. 25], хотя и положение ниже середины, в выше упомянутом рейтинге, не является большим достижением, если принять в учет имеющиеся у России ресурсы (природные, территориальные, человеческие и прочее).

Большое значение цифровизации уделяют и Российские компании тепло-энергетического комплекса. К примеру, ПАО «Газпром» в четвертом квартале 2020 года заявил, что «цифровые технологии — важный инструмент достижения стратегических целей «Газпрома»». В частности компания, в настоящее время, находится на завершающей стадии автоматизации базовых бизнес-процессов, в том числе, диспетчерское управление, бухгалтерский и налоговый учет, управление техническим обслуживанием и ремонтом, инвестициями, закупками, финансами, маркетингом и сбытом, а также имуществом и персоналом. Также ведется проработка проекта по внедрению интеллектуальных систем учета газа, включая поставки газа населению, продолжается переход компаний Группы

«Газпром» на налоговый контроль в форме налогового мониторинга и в 2020 году в «Газпроме» начата реализация проекта по переходу на юридически значимый электронный документооборот [4].

Похожий вектор развития бизнеса принял и ПАО «Лукойл», который тоже делает ставку на цифровизацию бизнеса, приняв более 100 инициатив, в том числе направленных на повышение скорости и эффективности принятия управленческих решений, не исключая цифровизацию подхода управления финансами [3]. Причем Лукойл показывает сколько он тратит на цифровизацию по бизнес-сегментам (рис. 1).

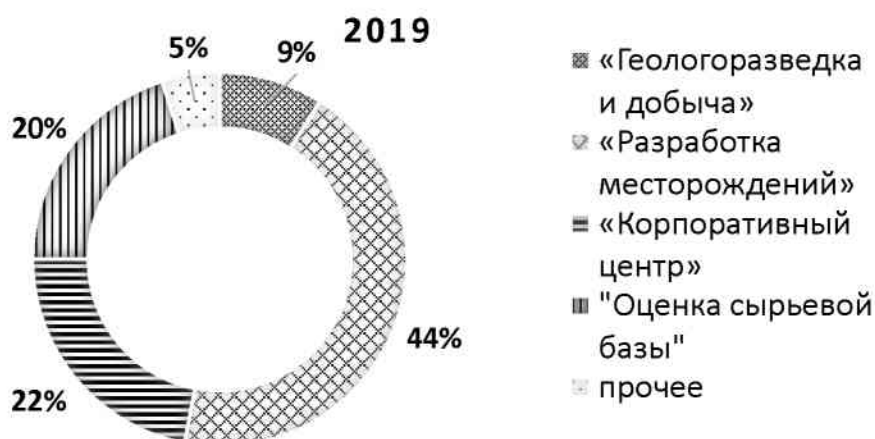


Рисунок 1 – Структура затрат ПАО «Лукойл» на цифровизацию в 2019 году

Сост. по: Годовой отчет Публичного акционерного общества «Нефтяная компания «ЛУКОЙЛ» за 2019 год // ПАО «Лукойл» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lukoil.ru/FileSystem/9/469437.pdf> (дата обращения 18.04.2021). 151 с. С.59

На рисунке 1 представлена структура затрат на научно-технические работы ПАО «Лукойл» в 2019 году. Мы видим, что наибольшее значение Компания уделяет цифровизации месторождений и повышения качества их разработки. В 2019 году объем инвестиций в цифровизацию немного уменьшился, по сравнению с предыдущим годом, с 6,2 миллиардов рублей до 5,7 миллиардов рублей и из этих 5,7 миллиардов рублей, отправленных на цифровизацию, 44 процента было посвящено разработке месторождений, 22 процента – корпоративному сектору, где программы цифрового развития в основном направлены на повышение скорости и эффективности принятия управленческих решений, производительности труда, автоматизацию процессов управления персоналом и организационного развития, а также снижение рисков кибератак. Третьим по величине была оценка сырьевой базы.

Далее 9 процентов – геологоразведка, где средства направлены в первую очередь на увеличение добычи нефти, снижение операционных затрат и повышение эффективности разработки месторождений.

То есть компании рассматриваемого сектора с энтузиазмом отнеслись к цифровизации, тогда интересно, что происходило со структурой капитала. Отраслевой особенностью рассматриваемых компаний является большая доля собственных средств как источника финансирования, соответственно значения коэффициента финансового левериджа малы, поэтому, более скрупулёзно, посмотрим на то, какова была динамика изменения разделов пассива баланса у ПАО «НОВАТЭК» (рис. 2). На рисунке 2 представлена динамика величины разделов пассива баланса ПАО «НОВАТЭК», и, как мы можем наблюдать, до начала 2016 года сумма собственного капитала компании была примерно на одном уровне, а компания финансировала свою деятельность за счет привлечения средств «со стороны». В 2016 году сократились итоги по обязательствам и с этого года мы видим обратную ситуацию, когда сумма обязательств мало изменяется, и в основе финансирования лежат собственные средства.

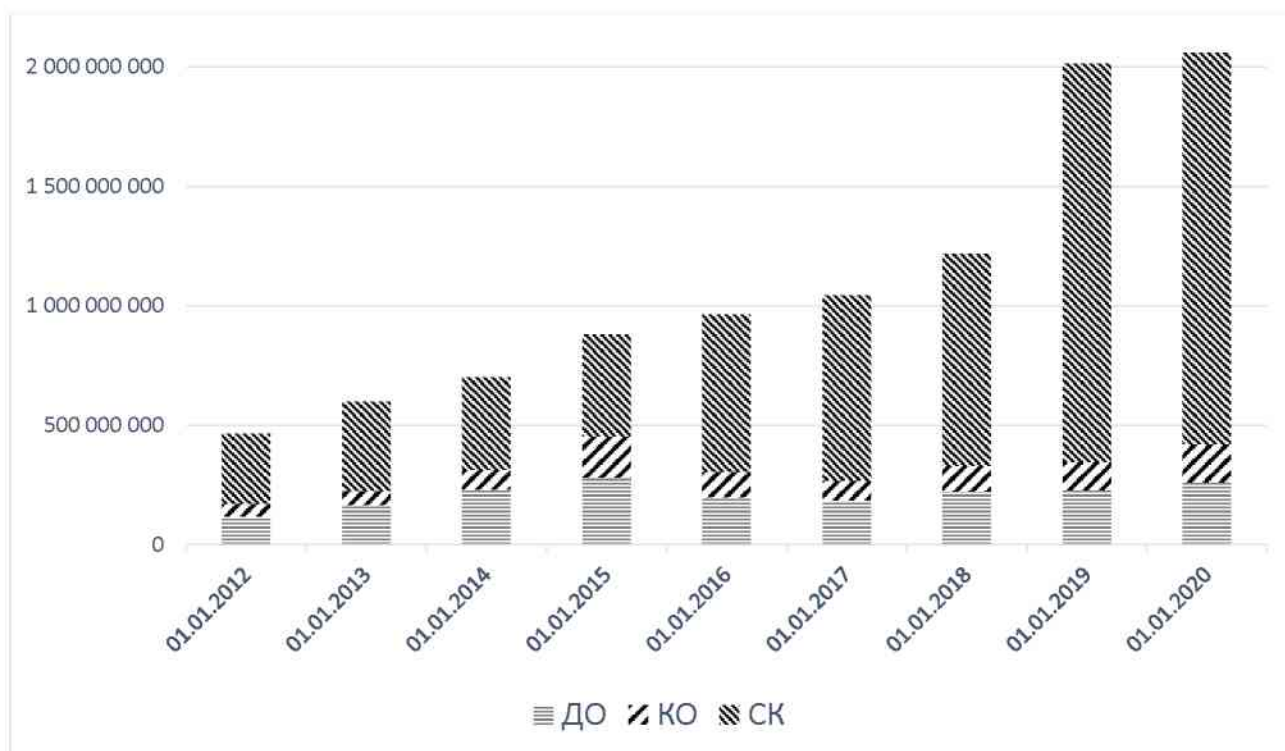


Рисунок 2 – Динамика величин собственного капитала, долгосрочной и краткосрочной задолженностей ПАО «НОВАТЭК», тысяч рублей
Сост. по: Финансовая отчетность. Отчет о финансовом положении (МСФО) ПАО «НОВАТЭК» // Conomy.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://old.conomy.ru/emitent/novatek> (дата обращения 18.04.2021)

То есть мы можем отметить, что в компаниях тепло-энергетического комплекса, в качестве источников финансирования, преобладают собственные средства и в 2016 году, когда повсеместно начали говорить о цифровых технологиях и цифровом обществе, доля и важность собственных средств, как источника финансирования, начала стремительно идти вверх.

Киберугрозы, пожалуй, можно считать самой важной проблемой, с которой необходимо разобраться для катализации процесса повсеместной цифровизации бизнес-процессов компаний топливно-энергетического комплекса, включая проблему управления структурой капитала и финансового отдела в целом.

Таким образом, несмотря на угрозы, с которыми столкнулись компании тепло-энергетического комплекса, или придется столкнуться в будущем, в нефтегазовом секторе формируются экосистемы, которые важны для выполнения стратегических целей компаний.

Экономика перешла в новую «эру цифр» и, при поддержке государства, предприятия смогут оптимизировать бизнес-процессы с наибольшей эффективностью. Ведущую роль в этом будут играть цифровые технологии, позволяющие создавать гибкие рабочие процессы, развивать новые направления бизнеса, повышать эффективность разработки, эксплуатации месторождений и управления финансами.

Список использованных источников:

1. Годовой отчет Публичного акционерного общества «Нефтяная компания «ЛУКОЙЛ» за 2019 год // ПАО «Лукойл» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lukoil.ru/FileSystem/9/469437.pdf> (дата обращения 18.04.2021). 151 с.
2. Финансовая отчетность. Отчет о финансовом положении (МСФО) ПАО «НОВАТЭК» // Conomy.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://old.conomy.ru/emitent/novatek> (дата обращения 18.04.2021);
3. Цифровизация // Центр связи ПАО «Лукойл» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lukoil.ru/Business/technology-and-innovation/digitalization> (дата обращения 15.04.2021).
4. Цифровые технологии — важный инструмент достижения стратегических целей «Газпрома» // Пресс-центра ПАО «Газпром» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.gazprom.ru/press/news/2020/november/article519061/> (дата обращения 15.04.2021).
5. Индикаторы цифровой экономики: 2020 : статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т И60 «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2020. – 360 с.

Иванова Наталия Георгиевна

Ivanova Natalia Georgievna,

Санкт-Петербургский государственный

экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Доктор экономических наук, профессор

Doctor of Economics, Professor

Заведующая кафедрой финансов

Head of the Department of Finance

e-mail: ivanova_ng@mail.ru

Яровая Яна Алексеевна

Yarovaya Yana Alekseevna,

Санкт-Петербургский государственный

экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Государственные и муниципальные финансы»

Master program «State and municipal finance»

e-mail: yarovaya.yana.27@mail.ru

**БЮДЖЕТНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В ОБЪЕКТЫ КАПИТАЛЬНОГО
СТРОИТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ:
ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ
THE BUDGET INVESTMENTS IN CAPITAL CONSTRUCTION
OBJECTS IN THE RUSSIAN FEDERATION:
TRENDS AND PROSPECTS**

В статье отражены основные тренды развития бюджетных инвестиций в объекты капитального строительства РФ за период 2010-2020 гг. На основании выявленных проблем, связанных с бюджетным инвестированием, предложен ряд актуальных решений.

The article reflects the main trends in the development of budgetary investments in capital construction objects in the Russian Federation for the period 2010-2020. Based on the identified problems associated with budget investment, a number of relevant solutions have been proposed.

Ключевые слова: бюджетные инвестиции, расходы бюджета, капитальное строительство, федеральная адресная инвестиционная программа.

Key words: budget investments, budget expenditures, capital construction, federal targeted investment program.

В современных условиях необходимости сохранения предсказуемой и устойчивой экономической среды, поступательного движения к наращиванию темпов экономического роста, одним из важнейших источников развития экономики и социальной сферы являются бюджетные средства. Расходы бюджетов бюджетной системы России, оказавшись под воздействием мощнейших шоков в период распространения новой

коронавирусной инфекции, явились не только ресурсом своевременного и столь необходимого бюджетного импульса, но и ключевым источником среднесрочного и долгосрочного восстановления потенциала экономики.

При исследовании процесса восстановления и развития национальной экономики бюджетным инвестициям следует уделять особое значение. В соответствии со ст. 6 Бюджетного кодекса РФ (далее - БК РФ), бюджетные инвестиции определяются как бюджетные средства, направляемые на создание или увеличение за счет средств бюджета стоимости государственного (муниципального) имущества. В рамках темы данного исследования рассмотрим бюджетные инвестиции в объекты капитального строительства, благодаря которым реализуется комплексное развитие и благоустройство территорий путем воспроизводства основных фондов производственного и непромышленного комплексов.

В соответствии с действующим законодательством (ст.179.1 БК РФ), в Российской Федерации выделение средств из федерального бюджета для реализации капитального строительства осуществляется в соответствии с федеральной адресной инвестиционной программой (далее - ФАИП). Ежегодно, в соответствии с законом о федеральном бюджете на очередной финансовый год и плановый период, в ФАИП закладываются бюджетные средства на реализацию инвестиционных проектов, которые определяются Федеральными целевыми программами (далее - ФЦП), что представляет собой программную часть ФАИП, а непрограммная часть – это прочие, не включенные в ФЦП отдельные социально-экономические вопросы, утвержденные решением Президента РФ или Правительства РФ.

Первоочередным вопросом в изучении динамики бюджетных инвестиций является рассмотрение динамики расходов федерального бюджета на финансирование ФАИП [3, 4]. Аналитические данные за 2010-2020 года позволяют сделать следующие выводы:

— до 2018 года прослеживается тенденция сокращения финансируемых затрат федерального бюджета на ФАИП (с 610,7 млрд руб. 2012 года до 482,5 млрд руб. 2018 года; средний темп ежегодного прироста -3,6%), за 2019-2020 годы возобновляется рост расходов (659,9 млрд руб. в 2020 году). Примечательно, что именно в 2020 году за весь исследуемый период наблюдался наибольший объем выделенных средств на финансирование ФАИП, что подтверждает восстановление значимости программ как механизма финансирования государственных капитальных вложений в столь непростой период;

— несмотря на растущую динамику предусмотренного финансирования ФАИП из средств федерального бюджета, фактическое освоение средств имеет снижающуюся тенденцию: если в 2014 году исполнение составляло 77,8%, то в 2020 году - 57,6%. Такая динамика означает,

прежде всего, низкое качество управления бюджетными инвестициями, что, как следствие, отражается на сроках ввода объектов капитального строительства в эксплуатацию;

— наблюдается динамика снижения доли расходов на финансирование ФАИП к ВВП (с максимального 1,32% в 2012 году против минимального 0,71% в 2018 году), что является негативной тенденцией, сдерживающей возможности социально-экономического развития.

Следующим шагом анализа текущих тенденций бюджетного финансирования является рассмотрение структуры ФАИП в разрезе программной и непрограммной частей. Статистические данные позволяют определить следующую проблему: если в 2010-2017 гг. непрограммные расходы не превышали 30% и в среднем составляли 25,1%, то в 2018 году произошла резкая реструктуризация ФАИП. Превышение доли непрограммной части расходов (80%) в финансировании объектов капитального строительства не соответствует требованиям применяемых программно-целевых методов бюджетирования. Дальнейшее преобладание и увеличение доли непрограммных статей расходов может являться причиной снижения эффективности бюджетного инвестирования в объекты капитального строительства.

Отдельного внимания при анализе текущих тенденций заслуживают результаты реализации ФАИП 2020 года, в рамках которой были предусмотрены 1 457 инвестиционных проектов (объектов и мероприятий) по капитальному строительству, реконструкции, реставрации и технического перевооружения. В программной части была предусмотрена реализация 254 объектов, а в непрограммной - 1 203 объектов. Наибольший удельный вес в общем количестве проектов занимает производственный комплекс (768 объектов), более половины проектов которого связаны со строительством, проектированием и реконструкцией дорожного хозяйства (389 объектов; 194,5 млрд руб.). В рамках социального комплекса (655 объектов) наибольшее количество проектов реализуется в сфере здравоохранения (206 объектов; 112,4 млрд руб.). В 2020 году было предусмотрено к вводу 237 объектов, из них 72 в рамках национальных проектов. Введено в эксплуатацию 156 объектов (65,8%), из них 63 – объекты национальных проектов. Благодаря реализации ФАИП в 2020 году в рамках Комплексного плана модернизации и расширения инфраструктуры построили более 870 км федеральных, региональных и местных дорог, а также инфраструктурные объекты в 4 аэропортах – в Норильске, Хабаровске, Челябинске и в Минеральных Водах [1].

Как было отмечено выше, в 2020 году было введено в эксплуатацию 156 из 237 предусмотренных объектов капитального строительства. Данный показатель (65,8%) близок к среднему значению доли завершеного в установленные сроки капитального строительства за весь рассматрива-

емый период (69%). Среди наиболее существенных факторов несоблюдения установленных сроков начала непосредственного использования объектов ФАИП можно выделить следующие:

- сокращение объемов финансирования ФАИП средствами федерального бюджета и (или) неравномерность финансирования ФЦП в соответствии с ФАИП;

- несоблюдение договорных обязательств со стороны частного заказчика (инвестора) по предоставлению ранее учтенных в плановых показателях объемов финансирования, недостаточность механизмов проведения мониторинга за исполнением договоренностей;

- некачественное выполнение работ подрядной компанией;

- возможное увеличение сметной стоимости реализации объектов капитального строительства за счет обнаружения незаложенного в смету дополнительного объема работ или необходимости замены используемых материалов для осуществления строительства;

- несоответствие сроков начала проведения конкурсных процедур по заключению государственного контракта, а также иные временные издержки, связанные с принятием необходимых нормативно-правовых актов.

На основании выявленных тенденций необходимо определить основные направления развития в повышении эффективности бюджетных инвестиций в объекты капитального строительства.

Во-первых, целесообразно разработать и признать необходимость проведения дополнительной независимой внешней экспертизы, способствующей оптимизации проектно-сметных решений с учетом сохранения (роста) качества реализации проектных работ. При проведении независимой оценки также возможен вариант объединения ряда текущих проектов при условии дополнительного увеличения социально-экономического эффекта объектов капитального строительства.

Во-вторых, как было отмечено в заключении Счетной палаты РФ по результатам проверки исполнения федерального бюджета за 2017 год, в современных условиях крайне важна разработка инструментов эффективного контроля за вводом в непосредственное использование объектов капитального строительства, по которым не были соблюдены установленные в проектной документации сроки завершения строительства [2].

В-третьих, необходимо сокращать непрограммную часть ФАИП, сохранять программный принцип формирования и реализации мероприятий, входящих в государственные программы и ФЦП.

В-четвертых, приоритет при формировании и реализации ФАИП нужно отдавать реализации стратегически важных проектов для обеспе-

чения социально-экономической, экологической и национальной безопасности, в том числе, предусмотренных в рамках национальных проектов [1].

По результатам проведенного исследования установлено, что большинство причин неэффективности бюджетного инвестирования в объекты капитального строительства носит регулируемый характер. Совершенствование инвестиционного бюджетирования должно носить комплексный характер в рамках предложенных мер, что, в свою очередь, позволит нивелировать существующие недочеты и повысить социально-экономические результаты реализации инвестиционных проектов капитального строительства.

Список использованных источников:

1. Министерство экономического развития Российской Федерации // Официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.economy.gov.ru> (Дата обращения: 16.04.2021).
2. Счетная палата Российской Федерации // Официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ach.gov.ru> (Дата обращения: 17.04.2021)
3. Федеральная адресная инвестиционная программа России // Официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://faip.economy.gov.ru/cgi/uis/faip.cgi/G1/fcp_list/2020 (Дата обращения: 15.04.2021).
4. Федеральная служба государственной статистики // Официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/94cQBbmp/tab1.htm> (Дата обращения: 17.04.2021).

Кайсина Виктория Михайловна

Kaisina Victoria Mikhailovna,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Социальное управление в организациях»

Master program “Social Management in Organizations”

e-mail: victoria_kaisina@mail.ru

**МОЛОДЫЕ СПЕЦИАЛИСТЫ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ
ТРУДА В КРУПНОМ ГОРОДЕ
YOUNG PROFESSIONALS IN THE MODERN LABOR MARKET
IN A LARGE CITY**

В статье раскрывается сущность понятий «молодой специалист» и «рынок труда», указываются его особенности для крупного города. Приводится оценка молодыми специалистами своих возможностей при трудоустройстве, освещается роль

учебного заведения в этом процессе. Разработаны рекомендации по улучшению оценок молодыми специалистами своего положения на рынке труда в крупном городе.

The article reveals the essence of the concepts of «young specialist», «labor market» and main characteristics of the labor market for a large city. There is an estimation of young professionals of their opportunities in the employment in this article. It reveals the place of an educational institution in employment process. There are recommendations for improving the estimation of young professionals of their opportunities in the labor market.

Ключевые слова: молодой специалист, рынок труда, трудоустройство, крупный город

Key words: young professional, labour market, employment, large city

Положение молодых специалистов на рынке труда сопряжено с рядом особенностей. По итогам прошедшего года уровень безработицы среди молодёжи в возрасте от 15 до 19 лет составил 21%, а среди молодых специалистов от 20 до 24 лет – 11,7% [1, с.1], в то время как нормальный уровень безработицы не должен превышать 5-6%. Эти данные свидетельствует о том, что часть молодых специалистов испытывают трудности в процессе трудоустройства. Анализ данных показывает, что доля публикуемых работодателями вакансий оказывается меньше, чем доля резюме молодых специалистов. Особенно отчётливо эта ситуация прослеживается в крупных городах. Прежде всего, необходимо отметить, что под крупным городом в данной статье понимается населённый пункт, насчитывающий от 1 млн. человек.

Для того, чтобы проанализировать положение молодых специалистов при трудоустройстве в крупном городе, целесообразно начать с определения понятия «молодой специалист». В Трудовом кодексе РФ под молодым специалистом понимается «лицо, получившее среднее профессиональное образование или высшее образование по имеющим государственную аккредитацию образовательным программам и впервые поступающее на работу по полученной специальности в течение одного года со дня получения профессионального образования соответствующего уровня» [2, с.1]. Т.е. главные характеристики молодого специалиста согласно представленному определению – это уровень профессионального образования, отсутствие опыта трудовой деятельности, осуществление поиска работы, вступление в должность, соответствующую полученному образованию, не позднее чем через 1 год после окончания учебного заведения.

В законодательной базе есть и такое определение молодого специалиста: «гражданин РФ в возрасте до 30 лет (для участников жилищных программ поддержки молодых специалистов - до 35 лет), имеющий среднее профессиональное или высшее образование, принятый на работу по трудовому договору в соответствии с уровнем профессио-

нального образования и квалификацией» [3, с.1]. В этом определении, помимо названных выше ключевых характеристик молодого специалиста, появляется возраст (молодым специалистом считается лицо до 30-35 лет) и упоминание того, что лицо, только что вступившее в должность, соответствующую полученному образованию, также является молодым специалистом.

В научной литературе также встречаются определения обозначенного понятия. Они содержат в себе перечисленные выше аспекты, либо специфические черты для определённой профессиональной сферы, поэтому нет необходимости в их подробном освещении. Но следует указать то, что в некоторых статьях из области экономики встречается упоминание того факта, что статус молодого специалиста действует в течение трёх лет с момента трудоустройства. Таким образом, молодой специалист – это лицо в возрасте до 35 лет, получившее среднее-специальное или высшее образование, не имеющее опыта трудовой деятельности и либо находящееся в поиске работы в течение 1 года после окончания учебного заведения, либо вступившее в должность, соответствующую полученному образованию, и в течение 3-х лет работающее на этом месте.

Далее стоит рассмотреть сущность рынка труда и его особенности применительно для крупного города. В научной социологической и экономической литературе существует множество определений этого понятия. Рынок труда рассматривается как институт, система, связи и т.д. Наиболее подходящим для целей статьи выступает следующее определение: «рынок труда — это динамическая система социально-трудовых отношений по поводу условий найма, использования и обмена рабочей силы на жизненные средства, с механизмом самореализации, спроса и предложения, функционирующая на основе информации, поступающей в виде изменения цены труда» [4, с.25].

Соответственно, характерными чертами рынка труда является взаимодействие работодателей и соискателей, целью которого выступает: для работодателей – расширение и/или изменение базы человеческих ресурсов в своей организации, а для соискателей – обмен собственных трудовых ресурсов на финансовые, получаемые от работодателя. Если говорить про рынок труда крупного города, то для него характерен низкий уровень безработицы, в сравнении с общим уровнем безработицы по стране. Также к соискателям предъявляются более высокие требования, чем при трудоустройстве в малых городах. И ещё одной отличительной чертой рынка труда крупного города можно назвать большую распространённость нестандартных форм занятости (удалённая работа, частичная занятость и т.д.) по сравнению с малыми городами. Ещё отмечается

такая особенность рынка труда, которая связана с демографическими тенденциями: в структуре активного населения увеличивается доля старших трудоспособных возрастов (45 лет и старше) и сокращается доля молодых (до 29 лет) [5, с. 285].

Молодые специалисты, оказавшись на рынке труда впервые, по-разному оценивают свои перспективы и возможности. На эту оценку влияет область, к которой принадлежит полученное образование. Например, наиболее низко свои возможности в отношении трудоустройства оценивают выпускники с социально-гуманитарным образованием, в то время как выпускники, получившие экономико-управленческое или инженерно-техническое образование, оценивают свои возможности выше.

Также на оценку перспектив и возможностей молодого специалиста на рынке труда влияет уровень его образования. Так, специалист с дипломом бакалавра оценивает свои возможности на рынке труда выше, чем специалист с дипломом о среднем специальном образовании. В свою очередь, специалист с дипломом магистра выше оценивает свои возможности в отношении трудоустройства, нежели специалист-бакалавр.

Ещё одним аспектом, влияющим на оценку молодыми специалистами собственного положения на рынке труда, является наличие знакомств, связей, способных помочь в процессе трудоустройства. Если у молодого специалиста есть такие связи, то он оценивает свои возможности и перспективы на рынке труда более положительно, чем молодой специалист, у которого подобных связей нет. И ещё одним значительным моментом, который оказывает негативное влияние на оценку перспектив и возможностей молодыми специалистами своего положения на рынке труда, является отсутствие опыта работы.

Если говорить про роль учебных заведений в процессе трудоустройства молодых специалистов, то, нужно отметить, что университеты, институты и т.д. оказывают содействие студентам и выпускникам. В основном есть 4 способа оказания помощи студентам и молодым специалистам в вопросе трудоустройства. Первый заключается в организации практик для обучающихся в рамках изучаемой специальности. В процессе прохождения таких практик студент получает необходимый минимум навыков, который поможет ему при трудоустройстве. Второй способ – организация встреч с работодателями. Это способствует развитию связей между работодателями и обучающимися и приводит к дальнейшему трудоустройству последних. Третий способ – организация ярмарок вакансий. Так студентам дают общее представление о положении рынка труда и информацию о присутствующих там работодателях и открытых вакансиях. И четвёртый способ – наличие служб занятости для обучающихся и выпускников в учебных заведениях. Их целью является

содействие молодым специалистам и студентам в поиске работы. Отдельно стоит упомянуть целевое обучение, т.к. в этом случае занятость выпускника после получения диплома гарантирована.

Для того чтобы повысить оценку молодыми специалистами собственных возможностей и перспектив на рынке труда в крупном городе необходимо расширить спектр способов помощи молодым специалистам в процессе их трудоустройства. Одним из таких способов может стать введение в учебный курс дисциплины, направленной на ознакомление с тонкостями процесса трудоустройства, положением современного рынка труда (наиболее распространённые вакансии; формы работы; сферы, которые заинтересованы в привлечении молодых специалистов и др.).

Учитывая то, что современная молодёжь широко представлена в интернете и активно пользуется разными приложениями и социальными сетями, можно создавать чаты или сообщества в этих социальных сетях для студентов/молодых специалистов и работодателей, чтобы обучающиеся и молодые специалисты могли задавать все интересующие их вопросы на тему трудоустройства и рынка труда тем людям, которые являются экспертами в обозначенной области. Также сами работодатели могут создавать вакансии специально для молодых специалистов или для тех, у кого нет опыта работы, как делают многие компании, ведущие свою деятельность в этой стране. А те компании, которые уже осуществляют эту программу, могут расширить базы вакансий или охватить большее число городов, т.к. встречаются случаи, когда офис компании есть в том или ином городе, и сама компания содействует молодым специалистам в вопросе трудоустройства, но в обозначенном городе эта программа не работает.

Список использованных источников:

1. Как пандемия повлияла на рынок труда молодых специалистов // hhStudents. Группа компаний HeadHunter. – 2020. [Режим доступа]: <https://spb.hh.ru/article/27227> (дата обращения: 10.03.2021).

2. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 29.12.2020), ст.70 // КонсультантПлюс. [Режим доступа]: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/cc065f088bd92d312b5fae714377b25f557ac44a/ (дата обращения: 10.03.2021).

3. Распоряжение Правительства РФ от 29.11.2014 N 2403-р <Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года>, I. Общие положения // КонсультантПлюс. [Режим доступа]: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171835/259d15e3e1e1cdf34051651764c142ec83e16404/ (дата обращения: 10.03.2021).

4. Теличева Е.Г. Формирование рынка труда как социального института в условиях трансформирующегося российского общества: Дис. ... канд. социол. наук. Хабаровск, 2003. – с.183.

5. Прозоровская К.А. Основные изменения макросреды организаций и актуальные задачи управления персоналом // Журнал правовых и экономических исследований. 2018. № 2. С. 281-287.

Кожанова Екатерина Александровна
Kozhanova Ekaterina Aleksandrovna,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St.Petersburg State University of Economics
Программа «Налоги и налогообложение»
Master program «Taxes and taxation»
e-mail: kozhanovaea@mail.ru

**ПОСЛЕДСТВИЯ ПЕРЕСМОТРА СОГЛАШЕНИЯ
ОБ ИЗБЕЖАНИИ ДВОЙНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ
МЕЖДУ РЕСПУБЛИКОЙ КИПР И РОССИЕЙ
CONSEQUENCES OF THE REVISION OF THE CYPRUS – RUSSIA
DOUBLE TAX TREATY**

Статья посвящена изменениям, которые были внесены в Соглашение об избежании двойного налогообложения между Республикой Кипр и Российской Федерацией. Особое внимание уделяется спорному моменту в части использования депозитарных расписок для целей применения льготной ставки налогообложения дивидендов «у источника» в России.

The article is devoted to the changes that were made to the Cyprus – Russia Double Tax Treaty. Particular attention is paid to the controversial issue regarding the use of depository receipts for the purpose of applying a preferential taxation rate for the withholding tax.

Ключевые слова: соглашение об избежании двойного налогообложения, деофшоризация, повышение налоговой ставки на доходы, денонсация соглашения, дивиденды

Key words: double tax treaty, deoffshorization, increase in the income tax rate, agreements' denunciation, dividends.

Изменение с 2021 года Соглашений об избежании двойного налогообложения между Российской Федерацией и офшорными юрисдикциями является следствием прекращения практики безналогового вывода средств с территории государства. Министерство финансов России по поручению Президента начало проводить переговоры с компетентными органами соответствующих государств, первым из которых стала Республика Кипр. Согласно подписанному Протоколу о внесении изменений в СИДН между Кипром и Россией теперь вместо пониженных ставок налога у источника в России (5-10% по перечисляемым дивидендам и 0% по уплачиваемым процентам) устанавливается ставка 15%, которая будет уплачиваться «у источника» на территории Российской Федерации [1].

Согласно статистике Центрального Банка России за 10 лет с 2009 по I-III квартал 2019 года на Кипр было выведено порядка 154 млрд дол-

ларов США и только за I-III квартал 2019 года российские предприниматели вложили 14,5 млрд долларов (рисунок). В среднем ежегодно около 40% прямых инвестиций направляются на Кипр, из которых треть составляют вложения в капитал организаций и чуть больше половины приходится на реинвестирование доходов. Как итог, в бюджет Российской Федерации ежегодно не поступает значительная сумма денежных средств, которая могла бы быть направлена на финансирование текущих экономических потребностей государства.



Прямые инвестиции из Российской Федерации за рубеж,
млн долл. США [2]

Пересмотр СИДН с Кипром и другими юрисдикциями основан не только на желании России вынудить крупный бизнес размещать капитал внутри страны и инвестировать его в российскую экономику. Существуют две весомые причины денонсации:

1. Увеличение выпадающих доходов бюджета в связи со снижением цен на нефть. В данном случае пересмотр Соглашения объясняется прежде всего фискальными причинами. СИДН с Кипром является межгосударственным договором, именно поэтому рациональность денонсации стоит оценивать с точки зрения интересов государства, а не бизнеса.

2. Развитие специальных административных районов – островов Русский и Октябрьский. Предполагается, что в связи с денонсацией количество компаний, заинтересованных в размещении бизнеса на территории России, в частности в специальных административных районах, и переводе бизнеса из-за рубежа, должно увеличиться.

Внесенные коррективы в Соглашение имеют неоднозначный характер. Например, существует возможность снизить налоговую ставку по процентам и дивидендам до 5% при соблюдении определенных условий, указанных в пп. ii п. 3 ст. 10 и п. 4 ст.11 СИДН с Кипром: компания должна являться фактическим получателем дохода, иметь не менее 15% акций в свободном обращении (free float), которые котируются на зарегистрированной бирже, и компания должна прямо владеть не менее 15% капитала компании, выплачивающей дивиденды, на протяжении не менее 365 дней. Дополнительно Министерство финансов России разъяснило [3], что депозитарные расписки не могут быть приравнены к акциям, так как договоренность между государствами была только об акциях, а депозитарные расписки являются самостоятельным инструментом и их включение в понятие «акции» неприменимо для использования льготной ставки.

Таблица – Налоговая нагрузка и потери российского бизнеса после денонсации СИДН с Кипром [4]

Наименование компании	Выручка, млрд руб.	Free float	Потери, млрд руб.	Налоговая нагрузка по ставке 5%	Налоговая нагрузка по ставке 15%
ETALON GROUP PLC	78,7	61,9%	0,13	0,08%	0,25%
MD MEDICAL GROUP INVESTMENTS PLC	19,1	26,1%	0,16	0,41%	1,24%
TCS Group Holding PLC	196	53,1%	0,61	0,15%	0,46%
ROS AGRO PLC	159	22,3%	0,96	0,30%	0,91%
Globaltrans Investment PLC	68,4	56,9%	0,57	0,42%	1,26%

Примечание: Данные в таблице представлены за 2020 год. Информация по компании ETALON GROUP PLC представлена за 2019 год, так как в 2020 было принято решение не выплачивать дивиденды.

Как известно, многие крупные российские компании, разместившие свою деятельность на Кипре, используют депозитарные расписки для публичного размещения на зарубежных биржах. Позиция, озвученная Министерством Финансов России, лишает бизнес возможности при-

менения льготной ставки несмотря на то, что такие компании являются публичными. В таблице рассмотрены крупнейшие по выручке кипрские компании, имеющие российское происхождение, выпустившие глобальные депозитарные расписки и подходящие под условия применения льготной ставки. Для целей исследования была выдвинута гипотеза, что дивиденды по депозитарным распискам, которые не находятся в свободном обращении, выводятся на Кипр. Согласно расчетам, денежные потери компаний составят в среднем около 490 млн рублей ежегодно, а налоговая нагрузка в среднем увеличится на 0,55%.

Денонсация Соглашения об избежании двойного налогообложения между Республикой Кипр и Российской Федерацией может в значительной степени изменить экономическую ситуацию внутри страны и поведение налогоплательщиков. Собственникам будет необходимо пересмотреть модели владения бизнесом. Налогообложение в рамках СИДН не просто изменилось в худшую сторону, оно в некоторых случаях стало превышать ставки налогообложения аналогичных доходов внутри России. С другой стороны, пересмотр должен повлиять на сосредоточения капитала внутри страны, повысить доходы бюджета и развивать льготное налогообложение специальных административных районов. Одним из существенных спорных моментов остается применение депозитарных расписок для целей применения пониженной ставки по дивидендам и процентам. В Протоколе, вносящим изменения в Соглашение, отсутствуют какие-либо оговорки на счет правомерности приравнивания депозитарных расписок к акциям, поэтому для устранения разночтений Министерству финансов России следует опубликовать соответствующий меморандум.

Список использованных источников:

1. Протокол о внесении изменений в Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Республики Кипр об избежании двойного налогообложения в отношении налогов на доходы и капитал от 5 декабря 1998 года (Подписан в г. Никосии 08.09.2020) – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_362031/
2. Статистика внешнего сектора // Официальный сайт Центрального Банка России – Режим доступа: https://cbr.ru/statistics/macro_itm/svs/
3. Письмо Департамента налоговой политики Минфина России от 18 ноября 2020 г. N 03-08-05/102406 Об особенностях применения Протокола о внесении изменений в Соглашение между Правительством РФ и Правительством Республики Кипр об избежании двойного налогообложения в отношении налогов на доходы и капитал от 5 декабря 1998 г. – Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74946410/>
4. Официальный сайт Московской биржи – Режим доступа: <https://www.moex.com/>

Колобова Дарья Дмитриевна

Kolobova Daria Dmitriyevna,

Санкт-Петербургский государственный

экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Межкультурная коммуникация: переводоведение и лингводидактика»

Master program “Intercultural communication:

translation studies and language education”

e-mail: kolobova.daria@mail.ru

ДИНАМИКА ЯЗЫКОВОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ КАУЗАТИВНОЙ КОНСТРУКЦИИ

DYNAMICS OF CAUSATIVE CONSTRUCTION MODELING

Цель данной статьи – выявить некоторые механизмы динамики языкового моделирования каузативной конструкции. Выборка материала для анализа производилась на базе корпусов COCA и BNC. Также в статье рассматривается модель прототипической каузативной ситуации.

The article focuses on mechanisms that characterize dynamics of causative construction modeling. The language material for analysis was selected on the basis of COCA and BNC corpuses. The article also discusses the model of the prototype causative situation.

Ключевые слова: каузативные конструкции, импликация, метонимия, метафора, лексикализация

Key words: causative constructions, implication, metonymy, metaphor, lexicalization

В английском языке одним из средств выражения универсальной понятийной категории каузативности выступают синтаксические конструкции. Согласно теории Ч. Филлмора каузативную конструкцию (КК) следует определить как особую неделимую языковую единицу, значением которой является импликация. Как следствие, каузативными можно назвать конструкции, которые необходимым и достаточным образом описывают прототипическую каузативную ситуацию. На примере наиболее частотных каузативных конструкций, таких как «X make/get/have Y do smth», можно предложить рассмотрение прототипической модели каузативной ситуации (КС) как следующую логическую операцию:

If [S_c V_{cause}] then [$O_c: (S_1 \rightarrow S_2)$], где

- if [...] then [...] — операция импликации;
- S_c – субъект воздействия;
- V_{cause} – каузативный глагол;
- O_c – объект воздействия;
- S_1 – исходное состояние O_c ;
- S_2 – состояние, которое получает O_c в результате воздействия.

Как концепт «cause»/«причина» связан с субъектом и объектом каузации, которыми могут быть, к примеру, агент и пациент, начальным и конечным состоянием, обоснованием, побуждающим действием, так и КК отражает воздействие S_c на O_c с целью изменения его состояния. Состояние рассматривается в широком смысле как набор переменных характеристик объекта O_c .

Более того, следует отметить, что для конструкций существует ряд тех языковых элементов, которые тяготеют к тому, чтобы быть включенными в них, и серия ограничений, запрещающая вовлечение единиц в целостную структуру.

Центральным элементом КК выступают каузативные глаголы V_{cause} , среди которых самыми частотными в английском языке являются *to make*, *to let*, *to have*, *to get*. Они свидетельствуют о факте воздействия на объект каузации O_c , не отражая при этом способ, например:

1.1. If [S_c **make**] then [O_c do smth]

The tragedy is that it may have taken an ecological disaster to finally **make people listen**. (BNC)

1.2. If [S_c **have/get**] then [O_c (to) do smth]

Apart from trying to **get people to stop** smoking, we are urging them to take care. (BNC)

1.3. If [S_c **have/get**] then [O_c done]

Have you had blood taken before? (BNC)

Такие глаголы служат связующим звеном между пропозициями субъекта и объекта. Развивая свою семантику, глаголы V_{cause} помимо семы «cause» могут приобрести сему «способ воздействия».

Согласно теории Дж. Лакофф одним из механизмов расширения прототипического ядра ситуации является **метафора**, например метафора РАЗГОВОР/КОММУНИКАЦИЯ – СРЕДСТВО ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛИ [1, с. 110]. Один из способов заставить людей сделать что-либо – сказать им это сделать:

2.1. If [S_c **get** → **tell**] then [O_c (to) do smth]

Are we supposed to **tell people to stop** voting for us? (COCA)

2.2. If [S_c **talk**] then [O_c **into** doing smth]

I bet you have more than one **young fellow** you could **talk into proposing**. (COCA)

Стоит отметить, что глагол *to talk into* указан в словаре Cambridge Dictionary как фразовый и имеет значение «to persuade someone to do something». При сравнении конструкций 2.1 и 2.2 можно сделать вывод о том, что конструкция 2.2 шире описывает КС, так как появляется дополнительная информация об объекте каузации: O_c изменил свое состояние/был вовлечен в некий процесс, оказывая сопротивление субъекту воздействия.

Далее конструкция 2.2 получает развитие с последующей спецификацией способа воздействия:

2.2.1 If [(talk \rightarrow V_{cause})_{passive}] then [O_c **into** doing smth].

I was **tricked into marrying her** when I was young, in the West Indies. (BNC)

To trick – «to make someone believe something that is not true, or to persuade someone to do something based on a false understanding of the facts» (Cambridge Dictionary)

You may have been conned into believing that successful human beings are the ones with loads of brains and loads of friends but the truth is different! (BNC)

To con – «to make someone believe something false, usually so that that person will give you their money or possessions». (Cambridge Dictionary)

При этом обнаруживаются тенденции к появлению у каузативного глагола негативной коннотации и к эллипсису субъекта воздействия за счет пассивизации V_{cause}.

Еще один процесс, который наблюдается при динамике моделирования КК, в которых центральными элементами являются глаголы-связки, – **лексикализация**. Конструкции настолько часто употребляются в речи, что становятся регулярно воспроизводимыми лексическими единицами (Cambridge Dictionary):

“**let sb know**” – to tell someone something:

Let us know when you get there.

Next Saturday, **let's see**, that's when we're going to the theatre.

The way they have treated those people **makes my blood boil**.

While you are checking the animals, **keep your eyes open** for any signs of disease.

We're **keeping our fingers crossed** that he'll be healthy again very soon.

It **raises fewer eyebrows** to fill a handwritten one out of state.

Метонимические процессы в каузативных конструкциях

Первоначальное состояние S₁ объекта воздействия O_c часто не отражено в конструкции лексически, однако о нем говорит сам факт наличия конечного состояния S₂. Однако существуют конструкции, в которых в силу избыточности после объекта воздействия отсутствует предикат, выражающий и конечное состояние O_c:

3.1. If [S_c V_{cause}] then [O_c]

The person inside was unresponsive, so they attempted to **force entry**. (COCA)

Данный вариант конструкции реализуется, когда S₂ можно однозначно определить благодаря другим элементам конструкции, то есть, когда очевидно, как именно объект изменил свое состояние. Объект кауза-

ции тяготеет к каузативному глаголу как прямое дополнение, можно предположить, что глагол «to force» в данном случае функционирует как лексический каузатив.

В следующем примере также проявляется избыточность, так как в семантику обоих глаголов входит значение «захлопнуть»:

3.2. If [$S_c V_{cause}$] then [$O_c: S_2$]

Ray **slammed the door shut**. (COCA)

3.1. If [$S_c V_{cause}$] then [O_c]

HEADLINE READS: "KANSAS COPS **SLAM DOORS**; CONCERT CANCELLED." (COCA)

Подразуется, что процесс изменения состояния объекта O_c : $S1 \rightarrow S2$ – его перемещение в пространстве с приложением физической силы:

Not 'ungry,' said Claudia, trying **to force potato pure into** little Paolo.' (BNC)

Thousands of soccer fans trying **to force their way into** a stadium for a championship match. (COCA)

He **elbowed his way through** the crowd.

В конструкциях вида (3.1) имеется тенденция восполнения параметров состояния объекта O_c за счет обстоятельств места:

3.3. If [$S_c V \rightarrow V_{cause}$] then [$O_c \text{ locative}$]

Более того, глагол, изначально не обладающий семой «cause», может встроиться в КК и приобрести значение воздействия на объект каузации, то есть стать V_{caus} [3, с.197]:

* Bill danced Sue.

Bill dance Sue across the room.

*Sue walked Bill.

Sue walked Bill home.

Каждый однозначный глагол потенциально представляет собой синтагму и в узусе в составе КК может реализовать свое каузативное значение:

Sparkle your table with Cape Cod classic glass-ware [2].

«Заискрите» ваш стол классическими бокалами Кейп Код.

Если существует неоднозначность, то она разрешается экспликацией состояния объекта воздействия S_2 :

3.2. If [$S_c V_{cause}$] then [$O_c: S_2$]

She managed to **force her eyes open** again. (COCA)

It has orchestrated a Public Windows Initiative pressure group of vendors that will attempt to **force Microsoft to open up**, if not make public, future plans for Win16, its 16-bit application programming interface for Windows 3.1, so crucial for Windows developers. (COCA)

Nothing else either physical or magical can **force the door open**, and there is an absolute barrier to ethereal travel and similar magical by-passing here. (СОСА)

Каузативные конструкции, представляющие собой универсальную понятийную категорию и отражающие причинно-следственные связи между субъектом и объектом каузации, динамичны. Не имея в своем составе сему “cause” первоначально, глагол может приобрести каузативное значение от конструкции. В ходе анализа эмпирического материала на базе корпусов СОСА и ВНС были выявлены следующие механизмы динамики каузативных конструкций: метонимия, метафора, лексикализация. Дальнейший сопоставительный анализ механизмов динамики языкового моделирования каузативных конструкций в разных языках может помочь при работе с подобными конструкциями при изучении иностранного языка, а также при переводе их с одного языка на другой.

Список использованных источников:

1. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем: Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. — М.: Едиториал УРСС, 2004. — 256 с.
2. Пинкер С. Язык как инстинкт. Пер. с англ. Изд. 4. URSS. 2016. 464 с.
3. Rosen, Sara Thomas. (1996). "Events and verb classification." *Linguistics*, 34(2):191-223

Кононов Андрей Дмитриевич

Kononov Andrey Dmitrievich

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State university of Economics

Программа «Государственные и муниципальные финансы»

Master program “State and municipal finance”

e-mail: and.kononov2013@yandex.ru

**ЦИФРОВИЗАЦИЯ И ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ
В СЕКТОРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ
DIGITALIZATION AND FINANCIAL CONTROL
IN THE PUBLIC ADMINISTRATION SECTOR**

В статье изложены результаты исследования процессов цифровизации в финансовом контроле в секторе государственного управления. В частности, обобщены проблемы внедрения цифровых технологий в финансовый контроль и сформулированы выводы по возможным направлениям их решения.

The article presents the research results of the digitalization in financial control in the public administration sector. In particular, the problems of implementing digital technologies in financial control are summarized and conclusions are formulated on possible ways to solve them.

Ключевые слова: цифровизация, финансовый контроль, внутренний государственный финансовый контроль, коронавирусная инфекция

Key words: digitalization, financial control, internal state financial control, coronavirus infection

Цифровизация экономики России является одним из важнейших приоритетов развития нашей страны в последние годы, но именно пандемия коронавирусной инфекции в 2020 году дала более конкретное понимание, какого прогресса мы достигли в её процессах.

С 2018 года основным драйвером развития цифровых процессов в российской экономике стала национальная программа «Цифровая экономика РФ», она включает в себя 6 федеральных проектов:

1. Кадры для цифровой экономики.
2. Информационная инфраструктура.
3. Информационная безопасность.
4. Цифровые технологии.
5. Нормативное регулирование.
6. Цифровое государственное управление.

Одним из показателей, которые позволяют оценить развитие информационных технологий и инфраструктуры, по мнению автора, является индекс цифровизации. Согласно исследованию Harvard Business Review (Рисунок 1), по итогам 2017 года Россия находилась в промежуточной зоне между Stand Out (зона лидеров цифровизации с высокоразвитой инфраструктурой и импульсом для развития) и Break Out (зона с большим импульсом для цифровизации, но ограниченной цифровой инфраструктурой).

Как можно заметить на рисунке 1, у России был внушительный потенциал для цифровизации экономики и в последующие годы мы могли попасть в список передовых стран по диджитализации нашей экономической системы. К сожалению, такие положительные прогнозы не сбылись и по итогам 2020 года Россия не только не смогла попасть в зону передовых стран по цифровизации (Stand Out), но и снизила свои позиции по сравнению с 2017 годом [4]. Можно предположить, что это произошло из-за недостаточно высокого темпа развития цифровой инфраструктуры и технологий в России.

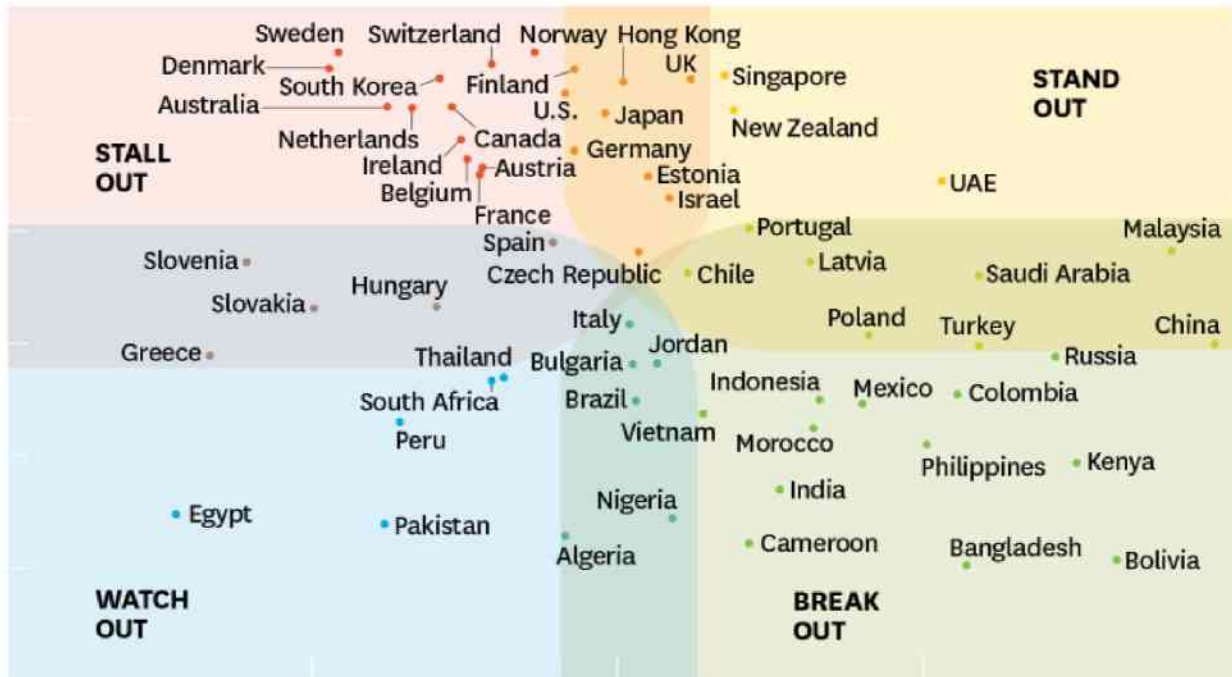


Рисунок 1 – Индекс цифровизации стран, 2017 год [3]

Важным аспектом цифровизации, по мнению автора, можно считать кибербезопасность, так как она включает нормативное регулирование и информационную безопасность в сфере цифровизации экономики. Согласно Global Cybersecurity Index (GCI) в 2017 году Россия занимала 10 место в мире по кибербезопасности. По результатам 2018 года опустилась до 26 места в GCI. На момент проведения исследования, результаты которого излагаются в настоящих тезисах, GCI за 2020 год выпущен не был, по этой причине для характеристики взят индекс – Cybersecurity Exposure Index (CEI). Согласно CEI в 2020 году Россия занимает 44 место в мире по кибербезопасности.

Изучив текущее состояние основных направлений развития государственной программы «Цифровая экономика РФ», можно сделать вывод о том, что Россия в вопросах цифровизации экономики на данный момент продвинулась не так далеко, как было запланировано. По этой причине многие цифровые решения ещё не могут быть внедрены, в том числе и в секторе государственного управления.

Внедрение цифровых систем во внутреннем государственном финансовом контроле могло бы значительно модернизировать деятельность контрольных органов во время пандемии коронавирусной инфекции. Федеральное казначейство при осуществлении контрольных мероприятий, начиная с апреля 2020 года, руководствовалось Постановлением Правительства РФ №438, согласно которому были введены ограничения и основанием для осуществления выездных контрольных мероприятий

стали только поручения Президента РФ, Правительства РФ или требования прокурора. Также, были введены проверки с использованием средств дистанционного взаимодействия, в том числе аудио и видеосвязи. Были отложены и перенесены таможенные, налоговые проверки и проверки в финансово-бюджетной сфере.

В ходе проведения исследования автором были выделены перспективные направления цифровизации внутреннего государственного финансового контроля. Одним из основных необходимых нововведений, по мнению автора, считается единая информационная система, которая будет включать в себя всю важную для государства информацию, полученную от органов государственной власти, в том числе и от Федерального казначейства. Информационная система даст возможность проводить контроль на всех уровнях (федеральном, региональном и муниципальном). Следующим нововведением является применение дистанционных форм контроля при проведении контрольных мероприятий (в том числе аудио и видеосвязи) уже по прошествии пандемии коронавирусной инфекции, а также возможное использование информации из таких источников, как государственная интегрированная информационная система «Электронный бюджет». Федеральное казначейство с 30.12.2019 года является оператором ГИИС «Электронный бюджет», но фактически сотрудники контрольных органов так и не используют информацию системы при проведении проверок. Ещё одним не менее важным внедрением может стать применение удаленного доступа к информации объекта контроля на базе самого объекта контроля. Удаленный доступ будет ограничен списком необходимых для проверок данных и исключительно возможностью просмотра данных.

Использование цифровых процессов в деятельности контрольных органов принесет ряд преимуществ, среди которых сокращение времени на подготовку, получение и обработку информации при проведении контрольных мероприятий. Также, цифровизация позволит снизить количество используемых бумажных документов, а хорошо защищенные цифровые системы, которые позволят Федеральному казначейству проверить любой документ в считанные минуты снизят коррупционные риски. Вышеперечисленные преимущества повысят качество и эффективность проводимых контрольных мероприятий.

Получение таких результатов будет возможным в условиях успешного развития цифровой инфраструктуры и технологий в России, а для этого требуется обеспечить покрытие интернетом и другими видами связи Российскую Федерацию, учитывая большую территорию это трудоемкий и финансово затратный процесс. Конечно же, является важным освоение современных технологий населением и сотрудниками, осуществляющими

финансовый контроль. Необходимым условием для реализации предложенных нововведений является совершенствование соответствующей нормативно-правовой базы и повышение информационной безопасности России.

Подобные меры позволят контрольным органам повысить эффективность и быть готовыми даже к неожиданно возникающим сложным обстоятельствам, схожим с пандемией 2020 года.

Список использованных источников:

1. Исаев Э.А. Подходы к цифровизации контроля в финансово-бюджетной сфере. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://roskazna.gov.ru/upload/iblock/81d/isaev_05_2019.pdf (дата обращения: 05.04.2021);
2. Исаев Э.А. Новая парадигма контроля от репрессивности к превентивности. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://roskazna.gov.ru/upload/iblock/13d/isaev_02_2019.pdf (дата обращения: 05.04.2021);
3. 60 Countries' Digital Competitiveness, Indexed. Harvard Business Review. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://hbr.org/2017/07/60-countries-digital-competitiveness-indexed> (дата обращения: 07.04.2021);
4. Which Economies Showed the Most Digital Progress in 2020? Harvard Business Review. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://hbr.org/2020/12/which-economies-showed-the-most-digital-progress-in-2020> (дата обращения: 09.04.2021).

Коровин Виталий Александрович
Korovin Vitaly Alexandrovich,
 Санкт-Петербургский государственный
 экономический университет
 St. Petersburg State University of Economics
 Программа «Международная торговля»
 Master program “International trade”
 e-mail: vitaly960k@gmail.com

**ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
 В ТРАНСПОРТНЫХ КОМПАНИЯХ
 FEATURES OF APPLICATION OF DIGITAL
 TECHNOLOGIES IN TRANSPORTATION COMPANIES**

В статье рассматривается цифровое обеспечение, которое часто используется в российских компаниях. Зачастую компании используют устаревшее программное обеспечение из-за чего ограничивается эффективность работы сотрудников и компании в целом. В статье рассмотрены конкретные проблемы, а также приведены возможные способы их решения.

The article discusses digital software, which is often used in Russian companies. Often, companies use outdated software, which limits the efficiency of employees and the company. The article discusses specific problems and provides possible ways to solve them.

Ключевые слова: цифровые технологии, логистика, программное обеспечение, сервер.

Key words: digital technologies, logistics, software, server.

Рынок транспортных услуг Российской Федерации развивается уже множество десятков лет. По сравнению с рынком информационных технологий, который начал развиваться не так давно. Из этого следует проблема того, что многие транспортные компании пользуются не актуальным программным обеспечением, которое внедрили в свою компанию 10, а то и более лет назад.

В настоящее время любая крупная компания использует ПО, поддержкой которого должны заниматься специализированные люди. Данная компания имеет несколько отделов, которые занимаются внедрением и обслуживанием цифровых технологий компании.

В России крупнейшим поставщиком программного обеспечения является компания «1С». Их продукты были и являются лидирующими на российском рынке, поэтому многие компании используют их.

Особенностью данного ПО является то, что его можно внедрить практически в любое коммерческое предприятие, с учетом любых требований. Одним из ответвлений является данного ПО является ЦУП или центр управления предприятием – данное ПО позволяет компании хранить всевозможные данные, например документацию, информацию по сделкам, регламенты компании и т. д., данная система создана на базе 1С: Управление предприятием, изначально использовалась в военных целях, поэтому имеет слабую известность [1].

Технологической основой предприятия, как правило, является ее сервер. Деятельность компании напрямую зависит от работоспособности ее сервера. Физический сервер – это аппаратный комплекс, настроенный на хранение данных или непрерывное решение определенных задач.

На рабочем месте каждого сотрудника должен быть установлен персональный компьютер, получить доступ, к которому возможно только с помощью ввода уникальных данных учетной записи. Каждый компьютер должен быть оборудован необходимыми средствами ввода-вывода информации и установленным необходимым программным обеспечением.

При взаимодействии сотрудника со своим рабочим компьютером происходит подключение к серверу, который обеспечивает доступ к данным компании и является ее облачным хранилищем.

Основным средством связи является Microsoft Outlook, но также сотрудники коммуницируют лично и по телефону.

Outlook является не просто средством доступа к электронной почте, он позволяет организовывать работу компании, составлять корпоративный календарь и ставить задачи перед сотрудниками. [2]

Для комфортной работы используются системы, которые позволяют быстро и легко вносить актуальные данные в ходе деятельности компании. Основной функционал подобных систем обеспечивает взаимодействие с базой клиентов, базой контрагентов, базой собственности компании (например база контейнеров), база документов, база заказов. В базах можно изменять любые данные, прикреплять к ним документы, связывать объекты разных баз друг с другом.

На рисунке 1 представлен информационный поток, осуществляемый через ПО компании.

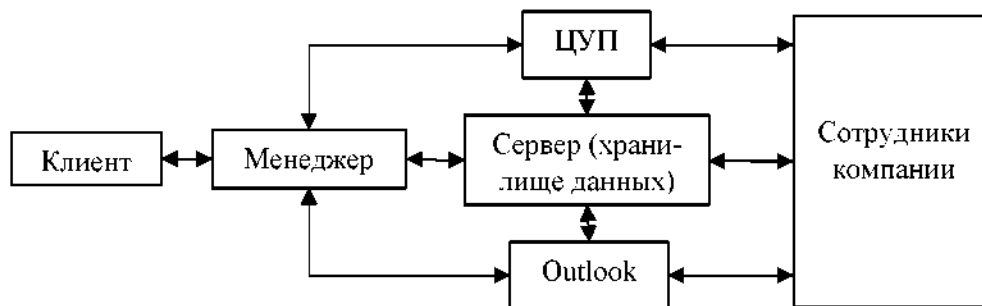


Рисунок 1 – Информационный поток компании «Балтика-Транс»

В данном информационном потоке явно выражены проблемы во взаимодействии между сотрудниками. Главной проблемой подобного ПО является то, что сотрудники вынуждены выполнять двойную работу, они тратят время, которое могло бы пойти на пользу компании. Данная проблема связана с тем, что устаревшее программное обеспечение не имеет возможности интеграции с дисковым пространством сервера.

Для решения данной проблемы следует сменить ПО на более актуальное. Среди наиболее крупных компаний-поставщиков данных услуг можно выделить:

- иностранные компании: SAP, Oracle, Microsoft, IBM и их продукты; [3,4]

- среди отечественных компании стоит выделить решения, тесно связанные с компанией 1С, например созданные под их эгидой продукты Мегаплан или Битрикс24.

Одной из причин, использования устаревшего ПО, является ограниченность аппаратных средств компании. В частности, устаревание

оборудования – сервера. Из-за чего рабочий процесс сопровождается постоянными техническими сбоями, слабые по современным меркам компьютеры также вносят свою лепту.

Для решения данных проблем необходимо проводить модернизацию аппаратных средств. Модернизировать ПК для более плавной и быстрой работы, а также модернизировать серверное оборудование, благодаря чему компания сможет сменить устаревшую систему.

Информационный поток компании изменится следующим образом, рисунок 2.

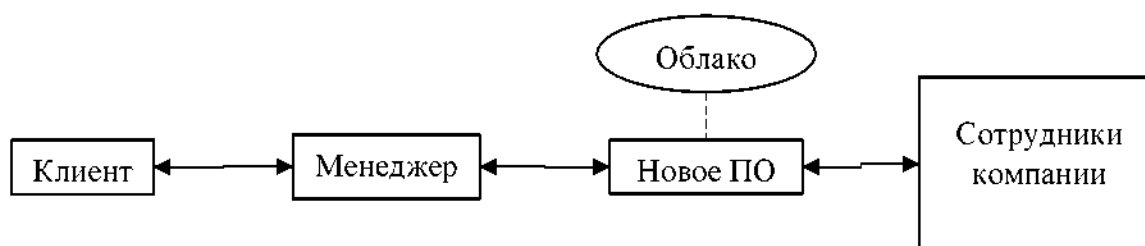


Рисунок 2 – Информационный поток компании после модернизации

После проведения модернизации оборудования, а также перехода на новую систему, информационный поток компании станет более эффективным благодаря тому, что сотрудники не будут выполнять двойную работу, сталкиваться с техническими сбоями и т. д.

Список использованных источников:

1. 1С, сайт компании. [Электронный ресурс] // -Электрон. дан. Режим доступа: <https://1c.ru>, свободный. - Загл. с экрана. - Яз. русский (дата обращения: 16.04.2021).
2. Microsoft, сайт компании. [Электронный ресурс] // -Электрон. дан. Режим доступа: <https://www.microsoft.com/>, свободный. - Загл. с экрана. - Яз. русский (дата обращения: 15.04.2021).
3. Oracle, сайт компании. [Электронный ресурс] // -Электрон. дан. Режим доступа: <https://www.oracle.com/>, свободный. - Загл. с экрана. - Яз. русский (дата обращения: 15.04.2021).
4. SAP, сайт компании. [Электронный ресурс] // -Электрон. дан. Режим доступа: <https://www.sap.com/>, свободный. - Загл. с экрана. - Яз. русский (дата обращения: 16.04.2021).

Курбанов Артур Иманалиевич

Kurbanov Artur Imanalievich,

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Инновационные персонал-технологии и управление карьерой»

Master program “Innovative Personnel-Technology and Career Management “

e-mail: kuartur119@gmail.com

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА И ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ STAFF AUTOMATION AND DIGITAL TECHNOLOGY APPLICATION

В работе дана характеристика уровня развития автоматизации процессов подбора персонала, проведён компаративный анализ облачных сервисов, позволяющих автоматизировать подбор персонала, произведена экспертная оценка цифровых технологий подбора персонала по нескольким ключевым параметрам и приведены результаты в формате ранжирования средней взвешенной экспертной оценки.

The paper provides a characteristic of the level of development of automation of recruitment processes, a comparative analysis of cloud services that automate recruitment, an expert assessment of digital recruitment technologies for several key parameters is carried out, and the results are presented in the ranking format of the weighted average expert assessment.

Ключевые слова: цифровизация системы управления персоналом, автоматизация HR-процессов, подбор персонала, цифровые технологии в HR.

Key words: HRM digitalization, HR automation, digital recruitment, HR-digital technologies.

Цифровая эпоха характеризуется постоянными изменениями: нововведения в технологиях, автоматизация процессов, замена стандартных механизированных процессов технологическими решениями – все эти процессы происходят в большинстве сфер жизнедеятельности, в том числе и в сфере управления персоналом [1, с.116].

Последние 10 лет развитие автоматизации процессов происходит особенно динамично. Наиболее активный рост данных процессов произошёл в 2020 году на фоне международной эпидемической обстановки, что дало толчок к развитию цифровых решений в разных отраслях. Бизнес был вынужден перейти на удалённый режим работы, что привело к переориентированию работы в домашних условиях, потребовало активных внедрений новых технологий и дало повод к развитию digital-сервисов. Исключением не стала и отрасль HR-tech. Облач-

ные сервисы с точки зрения удалённой работы являются наиболее востребованным решением, исходя из невозможности присутствия за постоянным рабочим местом с одной стороны и со снижением капитальных затрат с другой стороны [2, с.12].

В настоящей статье представлены результаты исследования рекрутинговых трекинг систем (ATS), позволяющих упростить работу специалистов по подбору и найму персонала, увеличить их эффективность как сотрудников и сократить издержки компании за счёт качественной рекрутинговой аналитики [3, с.123].

Одним из существенных моментов в работе подобных систем является необходимость хранения персональных данных. В связи со сложными регуляторными процессами в экономике государства преимущество получили компании, сервера которых располагаются в России [4, с.18–19]. Своего рода импортозамещение даёт возможность локальным разработкам быть более востребованными на рынке данных решений.

В исследовании участвовали компании – лидеры рынка ATS систем с точки зрения пула их клиентов. Метод исследования – экспертная оценка. В качестве экспертов выступали 10 рекрутеров из различных компаний Санкт-Петербурга. Оценка проводилась по пятибалльной шкале, факторы оценивания условно разделены на несколько групп, при этом группа делилась на подгруппы – таким образом был произведён анализ по более чем 35 критериям.

Основными игроками рынка облачных решений в области автоматизации рекрутмента являются: Skillaz, Talantix, Potok, Хантфлоу, Мегафон рекрутинг, Френдворк и Клеверстаф [5]. Помимо облачных сервисов, для более точного понимания анализа в сравнении, были рассмотрены два кастомных продукта в этой же области.

Группы параметров в исследовании:

- Автоматизация основных функций.
- Возможности адекватной интеграции в систему работы компании.
- Работа с клиентами.
- Простота начала работы.
- Соблюдение требований безопасности и №152-ФЗ.

По исследованию первой группы факторов, сервисы были распределены экспертами в достаточной степени равномерно. Хантфлоу, Поток, и Френдворк поделили первые три места по параметрам функциональности внутри плагинов, а именно: возможности автоматического

парсинга резюме кандидатов из социальных сетей и медиа, способность плагина к внутреннему поиску по документу, возможность сбора обратной связи от кандидатов, получения их согласий на собеседование и другие. Аутсайдером в данной группе стали кастомные решения, в то время как функционал облачных сервисов получил примерно одинаковые оценки от экспертов, участвующих в исследовании.

Исследование второй группы факторов происходило относительно возможностей интеграции со сторонними сервисами и с внутренними настройками компаний-клиентов. В данной группе анализа были рассмотрены следующие моменты: открытость программного интерфейса приложения, наличие пользовательских обратных вызовов и способность интеграции с карьерными сайтами. Лидером данной группы по оценке экспертов стали Хантфлоу и Френдворк, аутсайдером – Клеверстафф.

Третья группа посвящена работе с заказчиками. Эксперты оценивали возможности и удобство размещения и согласования вакансий, наличие статистических данных, техническую возможность скрытия информации, которую заказчики не хотят передавать третьим лицам. В данной группе эксперты не выделили лидеров и аутсайдеров, поскольку все сервисы, как облачные, так и кастомные, участвующие в исследовании, получили высшие оценки.

Следующая группа параметров – возможности настроек. Оценивались наличие календарей, юзабилити страниц администратора, учёт часовых поясов, автоматическое приложение документации и другие технические возможности настроек, включая возможности составления отчётов и статистических данных. Очевидный лидер в данной группе не выявлен – Хантфлоу, Поток и Френдворк получили одинаковые оценки. Наименьшую оценку получил сервис Клеверстафф.

Последняя группа параметров, рассмотренная в данном исследовании – соблюдение законодательства и требований безопасности в соответствии с действующими федеральными законам РФ. Лидера в данной категории эксперты не выявили, а аутсайдером был принят сервис Клеверстафф.

Таким образом, эксперты, проанализировав 5 групп параметров таких, как: автоматизация основных функций сервисов, возможности адекватной интеграции в систему работы компании, работа с клиентами, простота работы или возможности настроек, соблюдение требований федеральных законов; пришли к определённым результатам. Средневзвешенная экспертная оценка представлена на рисунке 1.

Графическое представление результатов представлено на рисунке 2 «Распределение сервисов по результатам экспертной оценки».

Компания/Продукт	Хантфлоу	Potok	FriendWork	Talantix	CleverStaff	Skillaz	Мегафон Рекрутика
1. Автоматизация базового функционала	4	4	4	3	3	4	2
2. Реализованная интеграция	5	4	5	3	2	5	2
3. Работа с заказчиками	5	5	5	5	5	5	5
4. Возможность настройки	5	5	5	4	3	4	3
5. Соблюдение требований безопасности и №152-ФЗ	5	5	2	5	1	5	5
	4,8	4,6	4,2	4,0	2,8	4,6	3,4

Рисунок 1 – Экспертная оценка облачных решений в области автоматизации рекрутмента

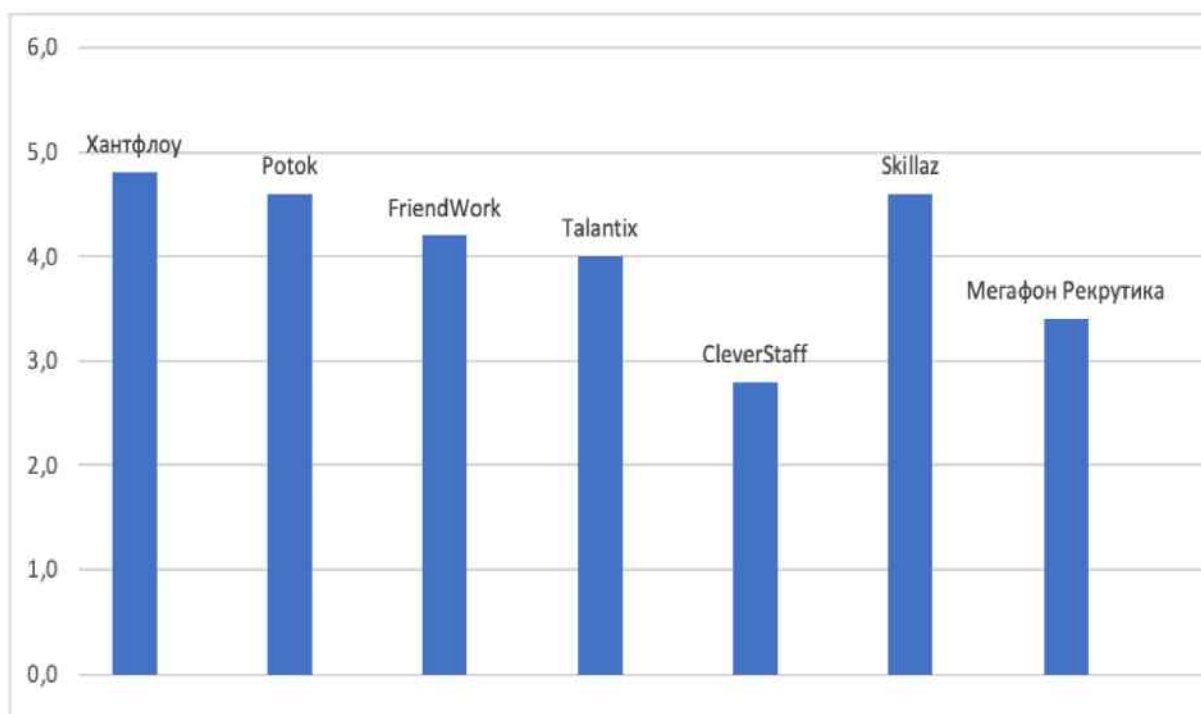


Рисунок 2 – Распределение сервисов по результатам экспертной оценки

Исследование, результаты которого представлены в данной работе позволяет сделать следующие выводы: самыми обширными возможностями обладают облачные сервисы, а лидером по мнению экспертов безоговорочно становится сервис Хантфлоу, со средней экспертной оценкой по всем группам параметров – 4,8 баллов. Так, облачные сервисы можно считать более удобными для использования бизнесом по мнению экспертов, чем кастомные решения, хотя кастомные сервисы тоже набрали неплохие оценки, но сильно уступают облачным решениям в удобстве и ценовой политике.

Список использованных источников:

1. Теория и практика развития биоэкономики: инновации, цифровизация, трансформация... / И.А. Максимцев [и др.]. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. – 154 с.
2. Петров М.А. Эффективность труда персонала: учебное пособие / М.А. Петров, К.А. Прозоровская. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. – 78 с.
3. Петров М.А., Прозоровская К.А. Управление персоналом и прикладная социология: преимущества использования и проблемы внедрения // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2019. – №3(117). – С. 121–124.
4. Лаврова З.И., Приемышев А.А. Управление персоналом в период экономической турбулентности // Проблемы экономики и управления в торговле и промышленности. — 2015. — №2(10). – С. 18–22.
5. Развитие HR-процессов и использование digital-инструментов в российских компаниях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hhcdn.ru/file/16480569.pdf> (дата обращения 11.04.2021).

Курочкина Варвара Владимировна

Kurochkina Varvara Vladimirovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Сервисная экономика: международные рынки услуг

St. Petersburg State University of Economics

Service economics: international service markets

e-mail: varyakurochkina97@gmail.com

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ КУРСЫ КОМПАНИЙ –
КАК ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЫХ
СПЕЦИАЛИСТОВ
COMPANY EDUCATIONAL COURSES AS A TOOL
FOR ATTRACTING YOUNG EMPLOYEES**

В работе рассмотрены существующие образовательные курсы, программы и возможности для студентов от компаний, которые являются лидерами в рейтингах лучших работодателей. Выявлено, что у 7 из 10 рассмотренных компаний существуют собственные образовательные программы для студентов и молодых специалистов, помимо этого у всех компаний-лидеров рынка функционируют программы стажировок.

The article considers existing educational courses, programs and opportunities for students from companies that are leaders in the ratings of the best employers. It was revealed that 7 out of 10 reviewed companies have their own educational programs for students and young professionals, in addition to this, all market leaders have internship programs.

Ключевые слова. Молодые специалисты, программы обучения для студентов, образовательные программы, онлайн-курсы, лучшие работодатели, стажировки для студентов.

Key words. Training programs for students, educational projects, online courses, top employers, internships, internships for students.

По данным Росстата, среди безработных на сентябрь 2020 года, доля молодежи от 15 до 25 лет составляет 16,2%. И, помимо экономических предпосылок, важную роль в возникновении данной проблемы играет разрыв между ожиданиями и запросами работодателей и уровнем имеющихся навыков молодых соискателей [1].

Работодатели хотят привлекать на работу квалифицированные кадры, с определенным опытом работы, набором необходимых навыков и прочной мотивацией работать в данной компании. Выпускники учебных заведений, в свою очередь, не всегда обладают необходимыми навыками, так как знания, полученные при обучении, не всегда совпадают с требованиями работодателей.

В данной ситуации разумным решением со стороны компаний станет создание собственных образовательных программ, направленных на формирование у студентов необходимых для работы навыков и знаний. Кроме того, предоставление возможностей бесплатного обучения, стажировок и прочего, может сформировать определенный уровень лояльности потенциальных сотрудников к данной компании.

Так, по данным опроса Superjob, проведенного в феврале 2019 года среди экономически активного населения России старше 18 лет, наиболее важными факторами при выборе места работы после высокого уровня оплаты труда (53% респондентов указали этот фактор) являются: стабильность работодателя (46%), перспектива карьерного роста (34%) и адекватность руководства (33%). Молодым людям до 24 лет перспектива карьерного роста важнее (49%), чем высокая зарплата (32%) [2].

Такие показатели свидетельствуют о том, что молодые специалисты готовы учиться и развиваться в профессиональной сфере, поэтому образовательные проекты компании могли бы служить для них привлекательной характеристикой работодателя при поиске места для трудоустройства.

Для выявления эффективности данного инструмента привлечения молодых специалистов был проанализирован опыт компаний-лидеров на рынке работодателей по результатам исследований компании hh.ru за 2020 год. Рейтинг представлен в таблице 1.

Таблица 1 - Рейтинг лучших работодателей 2020 по версии hh.ru (в категории Крупнейшие компании) [3]

Место	Название компании	Отрасль	Образовательные курсы
1	РОСАТОМ	Энергетика и добыча сырья	+
2	Сбербанк	Банки	+
3	Mars (бренды Snickers, M&M's, Orbit и др.)	FMCG	-
4	АО Тинькофф Банк	Банки	+
5	Альфа-Банк	Банки	+
6	СИБУР	Энергетика и добыча сырья	+
7	Tele2	Телекоммуникации и связь	-
8	Банк ВТБ	Банки	+
9	Райффайзенбанк	Банки	-
10	Coca-Cola HBC Россия	FMCG	+

В ходе анализа было выявлено, что 7 из 10 рассмотренных компаний активно развивают такое направление деятельности, как собственные образовательные курсы и программы для студентов и молодых специалистов. Это компании Росатом, Сбербанк, Сибур, Тинькофф банк, Альфа банк, ВТБ и Coca-Cola HBC. Названия образовательных программ и их краткое описание представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Образовательные программы компаний

Компания	Образовательные программы	Краткое описание
Росатом	Турнир молодых профессионалов «Темп»	Участники предлагают идеи проектов по актуальным направлениям развития бизнеса предприятий Росатома, и проходят обучение по работе с инновационными проектами
Сбербанк	Школа 21	Образовательная инициатива, дающая возможность получить бесплатное образование в сфере программирования
	Образовательные курсы на Coursera	Бесплатные курсы по основам банковского дела и финансов, менеджменте в банковской сфере от руководителей подразделений Сбербанка

Компания	Образовательные программы	Краткое описание
Тинькофф Банк	Тинькофф Старт	Образовательная программа по одному из направлений (аналитика, разработка, маркетинг и др.) в течение 2 или 9 месяцев, в очном или удаленном формате, в основе которой решение реальных кейсов и практических задач
Альфа-Банк	Alfa Students	Бесплатный образовательный проект, где за 3 месяца студенты учатся разбираться в направлениях бизнеса банка, вести деловую коммуникацию и управлять отношениями с клиентами, и далее получают возможность продолжить своё развитие в Альфа-Банке
Сибур	Образовательный портал «Траектория»	Библиотека знаний, курсы по soft-skills и вебинары на различные тематики
Банк ВТБ	Зимняя школа Банка ВТБ и Высшей школы экономики «Финансы. Расширяя горизонты»	Проходит в рамках олимпиады «Я — профессионал». Руководители глобальных бизнес-линий ВТБ, ключевые менеджеры банка, а также специалисты НИУ ВШЭ проводят для участников серию профильных лекций и мастер-классов, тренинги по командообразованию, игры, лекции по soft skills, досуговые и спортивные мероприятия
Coca-Cola HBC	«Youth Empowered — Твой путь к успеху»	Платформа, включающая в себя курсы по развитию социальных и деловых компетенций

Что касается эффективности таких программ, то, по данным самих компаний, результат есть, и он выражается в количестве принятых на работу сотрудников после участия в данных программах, курсах и мероприятиях.

Например, в 2019 году в Турнире «Темп» от Росатома приняли участие более 2 000 выпускников и студентов из 200 профильных и опорных вузов. В рамках турнира участниками были представлены 85 идей и 20 проектов, финалистами стали 142 человека. Пять проектов — финалистов турнира рассматриваются предприятиями отрасли для дальнейшей реализации.

На летнюю программу Тинькофф старт в 2020 году было подано 4000 заявок, около 2400 кандидатов сдали онлайн-экзамены, на интервью с кураторами прошли 350 человек, а участвовали в программе Тинькофф Старт только 30. В итоге постоянное место в штате предложили 12 из них

[4]. После участия в программе Alfa Students от Альфа банка, из 150 студентов первого потока 10 уже устроились на работу в Альфа-Банк [5].

Кроме этого, эффективность взаимодействия с молодыми специалистами и студентами выражается в том числе через оценку привлекательности компании для самих студентов. Так, Сбербанк, по исследованиям компании Changellenge за 2019 год, является лидером в рейтинге самых привлекательных работодателей для молодых специалистов в банковской сфере.

Компании, представленные в первой десятке рейтинга лучших работодателей, но не имеющие собственных образовательных программ, тоже занимаются привлечением молодых специалистов и студентов на работу, однако пока только с помощью программ стажировок и практик на предприятии.

Так, например, у компании Mars на сегодняшний день действуют несколько программ стажировок: Mars leadership experience program для выпускников, Mars internship experience program для студентов, Digital technologies experience - стажировка в сфере IT.

Компания Теле2 проводит стажировки для студентов технических, маркетинговых, аналитических, экономических и IT специальностей, длительностью в год, по направлениям: Техническое управление, Сетевая аналитика, Управление персоналом, Финансы и аудит, Продажи, Маркетинг и PR.

Стажировки от компании Райффайзенбанк проходят по направлениям Business Development, Product Management, Design & Brand, Community Management, Project Management, Research Analytics, Product Analytics и длятся 6 месяцев.

Немаловажным будет отметить, что все рассмотренные компании достаточно быстро перестроились под условия, диктуемые пандемией COVID-19 и перевели реализуемые образовательные проекты в онлайн-формат. Подобная гибкость также помогает им оставаться в топе рейтингов привлекательных работодателей.

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что образовательные программы являются одним из эффективных инструментов по формированию положительного имиджа работодателя и привлечению молодых сотрудников, готовых обучаться и развиваться вместе с компанией.

Список использованных источников:

1. Бахтин М.Б. Организации-работодатели, образовательные учреждения и наемные работники: стратегия и тактика взаимодействия на современном рынке труда и возможности компромисса // Инновационные HR-технологии для современной России: кадры решают все. Материалы научно-практической конференции МФПУ «Синергия», 2015. - С. 52-66.

2. Тинькофф Старт [Электронный ресурс]. URL: https://fintech.tinkoff.ru/study/start/how_to_enroll/ (дата обращения 04.04.21).
3. Козлова Н.В. Формирование имиджа компании как привлекательного работодателя // Наука сегодня: история и современность, материалы международной научно-практической конференции: в 2 частях, 2016. - С. 16-18 3
4. Стажировка Raiffeisen Evolve. [Электронный ресурс]. URL: <https://raiffeisen-evolve.ru/> (дата обращения 06.04.21).
5. Стань новым героем Теле2. [Электронный ресурс]. URL: <https://intern.tele2.ru/>

Лионов Александр Юрьевич
Lionov Alexander Yurievich,
 Санкт-Петербургский государственный
 экономический университет
 St. Petersburg State University of Economics
 Программа «Государственная и муниципальная служба»
 Master program "State and Municipal service"
 e-mail: lionovalex98@mail.ru

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ОПРЕДЕЛЯЮЩИЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ DIGITALIZATION AS A DETERMINING FACTOR OF INCREASING THE QUALITY OF PUBLIC SERVICE PROVISION

В статье рассматривается внедрение современных цифровых технологий с целью улучшения качества и повышения эффективности предоставления государственных услуг. В Российской Федерации необходимо уделить особое внимание данной сфере с целью повышения уровня доверия населения к органам государственной власти.

The article discusses the introduction of modern digital technologies in order to improve and increase the efficiency of the provision of public services. In the Russian Federation, it is necessary to pay special attention to this area in order to increase the level of public confidence in public authorities.

Ключевые слова: Органы государственной власти, цифровизация, государственные услуги, повышение качества.

Key words: Public authorities, digitalization, public services, improving the quality.

На сегодняшний день вопрос цифровизации является одним из наиболее актуальных. Технологии постоянно совершенствуются. Это позволяет совершенствовать и процесс предоставления государственных услуг.

Цифровизация государственного управления – это процесс по внедрению передовых технологий в деятельность органов государственного управления. Данные технологии направлены на качественное изменение и преобразование процессов в сфере государственного управления и в сфере предоставления государственных услуг. Также необходимо отметить, что цифровизация, в первую очередь, влияет на повышение уровня взаимодействия граждан и государственных служащих, которые являются представителями государства [1, с.25].

Процесс реализации проектов по цифровизации в сфере государственного управления направлен на повышение эффективности и результативности предоставления государственных услуг, а также качества самого государственного управления в целом или отдельных его параметров.

Важно отметить, что вопрос цифровизации государственного управления поднимается постоянно. Но особое внимание стоит уделить оценке потенциала использования данных технологий на государственной службе, а также проанализировать потребности государственных служащих в цифровых технологиях. В научных трудах рассматривают такие критерии как результативность, экономическая эффективность, внешняя конкурентоспособность.

Под результативностью в контексте данной темы понимается следующее: использование тех или иных цифровых технологий должно повысить уровень удовлетворения потребностей, а также повысить качество и эффективность всего государственного управления. Также стоит выделить некоторые параметры внутри данного критерия, на которые цифровизация может повлиять в положительную сторону. К данным параметрам можно отнести:

- снижение сроков исполнения различного рода функций государства;
- появление новых общественных благ;
- снижение риска ошибок государственных служащих.

На самом деле, таких параметров очень много, выше перечислены те, которые, по мнению автора данной статьи, являются наиболее важными и востребованными.

Следующим критерием является экономическая эффективность. Под данным критерием понимается снижение различного рода бюджетных расходов при помощи внедрения различных цифровых технологий. Также важно отметить, что сокращение расходов будет присутствовать как у граждан, так и у различных организаций. Данный фактор может существенно улучшить отношение населения к государственному аппарату.

Еще одним критерием является внешняя конкурентоспособность, под которой понимается конкурентоспособность в сфере предоставления тех или иных услуг со стороны государственных служащих и частных компаний. Именно для этого необходимо повысить уровень удобства для граждан в области предоставления данных услуг.

Если рассматривать последний критерий более подробно, то стоит отметить, что привлечение частных организаций к процессу предоставления различного рода государственных услуг может иметь как положительные, так и отрицательные моменты. К положительным относятся:

- увеличение количества предоставляемых услуг;
- сокращение времени ожидания услуги;
- повышение качества предоставляемых услуг.

Если говорить об отрицательных сторонах данного партнерства, то многие специалисты выделяют:

- использование персональных данных граждан частными организациями в своих целях;
- ухудшение ситуации в области конкуренции между частными организациями, так как не все организации могут быть допущены к оказанию государственных услуг.

Для того, чтобы минимизировать возможность возникновения отрицательных моментов, были разработаны следующие рекомендации:

- создание открытых платформ, на которых одновременно может неограниченное количество граждан, но без утечки их персональных данных;
- обеспечение многоканальности данного взаимодействия, что позволит сделать данные платформы не доминирующим каналом взаимодействия между гражданами и государством при оказании услуг;
- повышение уровня доверия граждан к государственным организациям, что позволит снизить количество посредников при предоставлении государственных услуг.

На территории Российской Федерации наблюдается высокий уровень коррумпированности государственных органов. Согласно данным официального портала «Transparency International the global coalition against corruption» в период с 2015 года по 2020 год индекс восприятия коррупции в Российской Федерации не превышал показателя в 30 баллов, что является весьма низким показателем. При оценке используется шкала от 0 до 100 баллов, где 0 означает очень высокую степень коррумпированности, а 100 – очень низкую. На 2020 год Российская Федерация по этому показателю занимает лишь 129 место, уступая таким странам, как Боливия, Кения, Пакистан.

По мнению многих людей, цифровизация государственной службы может помочь в борьбе с коррупцией. Важно отметить, что на территории Российской Федерации коррупция является одной из наиболее важных проблем. Коррупция разрушает общество изнутри, а также отрицательно влияет на уровень доверия граждан государству.

Хорошим примером могут послужить страны Скандинавии, Эстония и многие другие. В этих странах отмечено, что внедрение цифровых технологий в деятельность государственных органов, в том числе предоставление государственных услуг, сильно повлияло на уровень коррумпированности [2, с.353].

Применение данного опыта в Российской Федерации может повлиять на некоторые факторы:

- престижность на международной арене;
- повышение уровня доверия населения.

Первые размышления о появлении в Российской Федерации электронной системы по предоставлению государственных услуг возникли в ходе реализации целевой программы «Электронная Россия» на период с 2002 по 2010 годы. Ключевыми задачами данной программы стали:

- повышение уровня и качества взаимодействия между государственными органами и гражданами;
- доступность нормативно-правовой информации органов государственной власти для населения страны;
- улучшение качества предоставляемых государственных услуг;
- повышение скорости и качества межведомственного информационного взаимодействия;
- повышение уровня государственного контроля за предоставляемыми услугами.

На сегодняшний день основным средством для предоставления государственных услуг в электронном формате является официальный портал госуслуг – gosuslugi.ru. Данный электронный ресурс – единая точка доступа для физических и юридических лиц к информации об услугах, которые предоставляют государственные органы.

Согласно статистическим данным, за 2020 год на портале было заказано свыше 228 млн, услуг, а также совершено платежей на сумму не менее 76 млрд рублей.

Самыми популярными услугами стали:

1. Запись к врачу. На предоставление данной услуги было направлено 87 млн. заявлений;
2. Выписка о состоянии индивидуального лицевого счета. На предоставление данной услуги было направлено 29 млн. заявлений;

3. Единовременная выплата на детей в возрасте от 3 до 16 лет. На предоставление данной услуги было направлено 15 млн. заявлений.

Также стоит отметить, что на сегодняшний день в Российской Федерации действует Концепция цифровизации в области государственного управления «Сервисное государство 2.0» на период с 2018 по 2024 годы. Основная суть данной Концепции заключается в следующем: «сервисное государство» направлено на комплексное автоматизированное решение жизненных ситуаций граждан страны. Важно отметить, что уровень участия чиновников в данной системе будет минимальный, также будут упразднены документы в бумажном формате.

Можно сделать вывод, что государственные услуги являются одним из наиболее эффективных инструментов при осуществлении государственного управления. Совершенствование предоставления данных услуг в значительной степени повышает качество всей системы управления, что, в свою очередь, повышает уровень доверия населения к государству. Использование современных цифровых технологий в значительной степени упростит данный механизм не только для населения, но и для самих государственных служащих, сделает его максимально удобным для всех.

Список использованных источников:

1. Воронина Е.В., Ким О.Л., Михайлова М.В. Электронные государственные услуги в России: проблемы формирования и перспективы развития / Теория и практика управления государственными функциями и услугами. Тарифное регулирование/ Сборник научных трудов по итогам I национальной научно-практической конференции. Под редакцией И.В.Федосеева. -2018. -С.44-49.

2. Зубарев С.М. Правовые риски цифровизации государственного управления // Актуальные проблемы российского права. – 2020. – №6. – С. 23-32.

3. Лионов А.Ю. Антикоррупционная политика Дании // Скиф. Вопросы студенческой науки. - 2020. -№ 5(45). - С. 351-354.

4. Соловьев С.А., Воронина Е.В. «Сервисное государство» в контексте повышения эффективности государственного управления/Теория и практика управления государственными функциями и услугами. Тарифное регулирование/ Сборник научных трудов по итогам II национальной научно-практической конференции. Под редакцией И.В. Федосеева. 2019. С. 173-178.

5. Федеральный закон «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» от 27.07.2010 № 210-ФЗ (последняя редакция) URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 05.04.2021 г.)

Лисицина Елизавета Юрьевна
Lisitsina Elizaveta Urievna,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Учет, анализ и аудит в отраслях экономики»
Master program “Accounting, analysis and audit in economic sectors”
e-mail: e_lisitsina17@mail.ru

**ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА В УСЛОВИЯХ
ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ УЧРЕЖДЕНИЙ
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ**
**FEATURES OF FINANCIAL ANALYSIS IN THE CONTEXT OF
DIGITAL TRANSFORMATION OF HEALTHCARE INSTITUTIONS**

В статье рассмотрены особенности финансового анализа, которые возникли с развитием цифровых технологий в учреждениях здравоохранения. Были выделены положительные и отрицательные аспекты финансового анализа в условиях цифровой трансформации.

The article discusses the features of financial analysis that have emerged with the development of digital technologies in healthcare institutions. The positive and negative aspects of financial analysis in the context of digital transformation were highlighted.

Ключевые слова: финансовый анализ, цифровая трансформация, учреждения здравоохранения, цифровые технологии.

Key words: financial analysis, digital transformation, healthcare institutions, digital technologies.

Современный этап экономического и социального развития мира характеризуется существенным влиянием цифровизации на все его сферы. Финансовый анализ учреждений здравоохранения, как важная составляющая экономики, подвергается радикальным изменениям в процессе цифровой трансформации.

Это объясняется тем, что рост объемов памяти и быстродействия вычислительной техники позволил создать и эффективно использовать ряд новых технологий, которые в свою очередь способствовали еще более динамичному развитию аппаратного и программного обеспечения вычислительных систем [1, с.40]. Тем самым были упрощены и автоматизированы оценка и прогнозирование финансового состояния учреждения на основе его бухгалтерской отчетности, которые в соответствии с формулировкой В.В. Ковалева определяют сущность финансового анализа.

Влияние цифровой трансформации на финансовый анализ учреждений здравоохранения, можно рассмотреть с двух позиций – относительно

организации и проведения самого анализа, и влияние на его результаты. На процесс проведения финансового анализа оказывают воздействие следующие факторы цифровизации здравоохранения:

1) уменьшается число случаев несвоевременной оплаты или отсутствия оплаты счетов по пролеченным больным из-за неверных страховых данных;

2) сокращается время работы с документацией (составление отчетов, заполнение журналов, оформление выписок и пр.);

3) повышается качество принимаемых управленческих решений и контроль за их выполнением, а также улучшается контроль нецелевого использования ресурсов учреждения.

В тоже время появление цифровой экономики оказало влияние и на результаты финансового анализа за счёт следующих факторов:

1) за счёт информационной поддержки врачебной деятельности повышается качество оказания медицинской помощи и, как следствие, сокращается число врачебных ошибок;

2) улучшаются показатели работы учреждений здравоохранения за счёт увеличения пропускной способности, сокращения летальности, длительности лечения, длительности ожидания медицинской помощи, числа осложнений и других.

3) осуществляется рациональное назначение лекарственных средств, четкий, автоматический контроль за их расходом в отделениях, планирование закупок приводят к экономии затрат на лекарственные препараты и изделия медицинского назначения;

4) сокращается число необоснованных и повторных исследований, что приводит к экономии на клинко-диагностических исследованиях, а следовательно к повышению рентабельности;

Применение информационных технологий существенно упрощает и ускоряет коммуникацию между субъектами финансово-хозяйственных отношений в учреждении здравоохранения, позволяет точнее прогнозировать будущую выручку от реализации платных услуг, разрабатывать гибкую ценовую политику, упрощает формирование и анализ отчетности, а также сделать результаты финансового анализа более доступным для конечного пользователя.

В совокупности все новшества, которые появляются в ходе цифровой трансформации, помимо общих характерных черт использования информационных технологий, образуют отличительные особенности финансового анализа в учреждениях здравоохранения. К основным таким особенностям относятся следующие [2, с.97]:

1. Во многих учреждениях используют электронные таблицы Microsoft Excel, которые во многом упрощают деятельность планово-экономического отдела, бухгалтерии и других подразделений, заинтересованных в проведении финансового анализа.

В учреждениях здравоохранения особенностью финансового анализа является источник информации, отражающей текущее состояние финансово-хозяйственной деятельности. Одной из наиболее часто встречающихся в практике учреждений здравоохранения программ для сбора, обмена и хранения медицинской информации является медицинская информационная система (МИС) «Ариадна», которая содержит в себе комплексную базу данных о пациентах, расходных материалах учреждения, а также некоторые данные для анализа его финансовой и хозяйственной деятельности.

Данные по показателям деятельности учреждений формируются за счет ведения врачами медицинских электронных карт пациента, куда вносится вся информация не только медицинского характера, но и статистические и количественные показатели, такие как личная информация пациента, реквизиты его данных, источник финансирования, к которому относится категория его лечения. Также одной из подсистем МИС «Ариадна» является программа для ведения учета платных медицинских услуг, отражающая кассовые поступления по реализованным услугам, данные по преискуранту и другие. Программа была разработана компанией «Решение» в 2002 году в г. Санкт-Петербург, и была высоко оценена не только отечественными пользователями, но и клиентами из ближнего зарубежья.

За счет непрерывного и точного заполнения всех данных в программе во многом упрощается финансовый анализ учреждений здравоохранения по следующим позициям:

а) на основе электронных медицинских карт пациентов формируется реестр данных о посещениях, как в рамках структурных подразделений, так и относительно лечащих врачей по источникам финансирования. Программа создает отчеты по фактическому исполнению плановых показателей за любой период времени, что ускоряет получение результатов, на которые был направлен финансовый анализ;

б) база данных по преискуранту и доходы по кассе, отраженные в программе, позволяют сформировать отчет о спросе на каждую медицинскую услугу, которую оказывают в учреждении. На основе этих данных руководство может сделать выводы об эффективности использования услуг и выявить возможную необходимость в изменении преискуранта как по перечню предоставляемых услуг, так и по ценам;

в) все данные из медицинской информационной системы интегрированы с данными из лабораторной медицинской системы и аптечной системы, что позволяет отслеживать расход лекарств и медицинских расходных материалов, а также отслеживать использование и потребность учреждения в них;

г) МИС «Ариадна» непосредственно передает всю сформированную информацию вышестоящим органам, что позволяет составлять рейтинги учреждения здравоохранения для анализа эффективности его работы относительно региона.

«Ариадна» полностью интегрирована с такими известными программами для ведения учета и последующего анализа, как 1С и Microsoft Excel, что позволяет не тратить время на преобразование данных и получать более качественную информацию своевременно. Также потенциально возможна интеграция программы с системой бизнес аналитики Qlik View, позволяющей проводить автоматический комплексный анализ со сложными математическими вычислениями на основе встроенного искусственного интеллекта, а также выводить графические результаты в виде многомерных схем и диаграмм.

2. В современном мире ответственное за проведение финансового анализа лицо сталкивается в своей работе с большим объёмом информации, Это не просто финансовая отчётность учреждения, но часто – цифровые данные за несколько лет или десятилетий, так как медицинская документация содержит в себе данные об историях болезни и лечения, которые подлежат хранению по срокам до 25 лет и используется в статистике. Зачастую эти данные представлены в неструктурированном виде. Для работы с такой информацией мало фундаментальных знаний в финансах и навыков работы в офисных программах. Построение серьёзных прогнозов и аналитики, что является необходимой компонентой деятельности планово-экономического отдела, невозможно без привлечения современных цифровых решений. В связи с этим, в крупных учреждениях здравоохранения используются программы, возможности которых выходят за рамки простого использования встроенного функционала. На их основе создаются принципиально новые программы и отчёты, подстроенные конкретно под нужды учреждений здравоохранения, на основе языков программирования, таких как Python и R, JavaScript, Perl и других.

3. Нами был изучен труд доктора Стефани Аллен, в котором она рассмотрела глобальные изменения в здравоохранении, в том числе связанные с развитием цифровой индустрии [3, с.18]. Она рассматривает COVID-19 как движущую силу и ускоритель цифровых инноваций в

здравоохранении. По ее мнению пандемия одновременно выявила растущий разрыв между спросом на здравоохранение и его предложением медицинских услуг, а также показала, что широкое распространение цифровых технологий имеет решающее значение для устранения этого пробела. В результате многие цифровые инициативы, над которыми работали в течение многих лет, реализуются всего за несколько недель или месяцев. Ярким примером является появление такой нетрадиционной формы занятости в здравоохранении, как удалённая работа. Среди положительных черт стоит отметить обеспечение гибкости рабочей силы – квалификационной, функциональной и территориальной. Примером удаленной работы медицинского персонала является телемедицина, которая дает возможность предоставить высококвалифицированную помощь специалистов ведущих учреждений здравоохранения в отдаленных районах, а также посещать видеолекции и семинары дистанционно. В совокупности за счёт использования информационных технологий, данных из медицинской информационной системы и доступа к другим финансовым программам, специалист, находящийся на удаленной работе, способен осуществлять непрерывный оперативный финансовый анализ деятельности учреждения здравоохранения.

Несмотря на то, что цифровая трансформация здравоохранения способствует совершенствованию финансового анализа, стремительная цифровизация всех сфер деятельности человека и его функционирование в условиях цифровой экономики создаёт для финансовых специалистов дополнительные преграды. Безопасность коммерческих данных подвергается угрозе несанкционированного доступа и использования третьими лицами. Усиливается соперничество в профессиональной сфере. Необходимость освоения новейших информационных технологий и потребность в их изучении формирует запрос на специалистов нового типа, совмещающая в себе классического финансового эксперта и аналитика данных [4, с.24].

Таким образом, внедрение инноваций и оптимизация процессов способствуют существенному упрощению проведения финансового анализа учреждений здравоохранения, снижению сопутствующих расходов и повышению его точности. Возможность удалённой работы, появившаяся у финансистов учреждений здравоохранения в условиях цифровой трансформации, позволяет получить доступ к данным, необходимым для финансового анализа, практически из любой точки земного шара.

Список использованных источников:

1. Морозова, Ю. А. Развитие научно-инновационной базы цифровизации здравоохранения и медицины в России и мире = Development of Scientific and Innovative Base of Digitalization of Healthcare and Medicine in Russia and the World / Ю. А. Морозова // Страхование дело, 2019. - № 6. - С. 38-53.

2. Когденко, В. Г. Методика финансового анализа компаний цифровой экономики / В. Г. Когденко // Учет. Анализ. Аудит, 2018.-№3.- С. 94-109.
3. Allen S. 2021 global health care outlook. Accelerating industry change / S. Allen // Deloitte Indights, 2021.- 42 p.
4. Боброва, Н. А. Цифровизация: плюсы и минусы / Н. А. Боброва // Конституционное и муниципальное право, 2019. - № 10. - С. 23-25.

Мельник Алена Игоревна

Melnik Alena Igorevna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Логистика»

Master program “Logistics”

e-mail: AMellier@yandex.ru

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТРАНЗИТНЫХ ПЕРЕВОЗОК В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ THE MAIN DIRECTIONS OF TRANSIT TRANSPORT DEVELOP- MENT IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION

Внедрение цифровых сервисов в транспортно-логистической отрасли приводит к повышению уровня перевозок. Координация стран, обмен опытом, специалистами и технологиями позволит эффективно реализовать транзитный потенциал Российской Федерации.

The introduction of digital services in the transport and logistics industry leads to an increase in the level of transportation. The coordination of countries, the exchange of experience, specialists and technologies will make it possible to effectively realize the transit potential of the Russian Federation.

Ключевые слова: цифровизация, цифровые сервисы, железнодорожный транспорт, транзитные перевозки, контейнерные перевозки.

Key words: digitalization, digital services, rail transport, transit transportation, container transportation.

Цифровизация в транспортно-логистической отрасли является одним из важнейших инструментов, который позволяет ускорить процесс транспортировки товаров, а также снизить затраты и улучшить показатели эффективности самих перевозок. Цифровые технологии способствуют созданию единой площадки, на которой могут взаимодействовать не только отечественные и международные компании, занимающиеся различными видами транспортировки грузов, но и представители государственных органов.

Создание новых и развитие уже существующих цифровых сервисов в транспортной отрасли вносит значительный вклад в реализацию одной из национальных целей «Цифровая трансформация», которая определена Указом Президента Российской Федерации от 21.07.2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». Возникшая пандемия COVID-19 лишь ускорила процесс внедрения цифровых технологий, обозначив новые условия ведения бизнеса.

Характерным примером транспортно-логистических компаний, которые активно внедряют цифровые сервисы, являются ОАО «РЖД» и АО «Объединенная транспортно-логистическая компания – Евразийский железнодорожный альянс» (ОТЛК ЕРА). В 2020 году по сети ОАО «РЖД» было перевезено во всех видах сообщения более 5,8 млн грузе-ных и порожних контейнеров ДФЭ, что на 15,9% больше, чем за 2019 год, в том числе транзитом было отправлено более 800 тысяч ДФЭ, что на 37,6% больше по сравнению с 2019 годом [2]. На рисунке 1 показаны объемы контейнерных перевозок по маршруту Китай-Европа в январе за последние 6 лет.

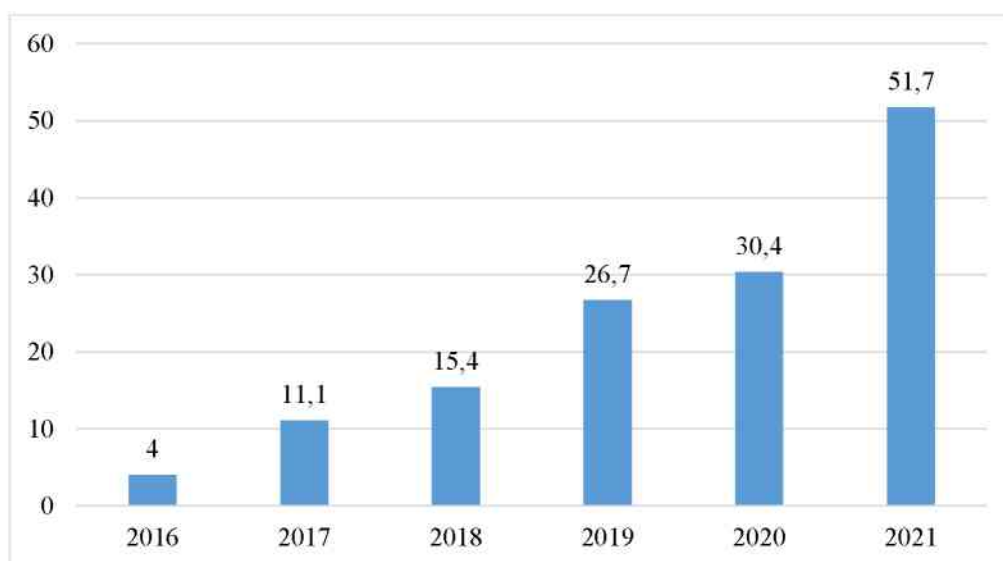


Рисунок 1 – Объем контейнерных перевозок по маршруту Китай-Европа в январе 2016-2021 гг., тыс. ДФЭ [1]

Как видно из рисунка 1, объем контейнерных перевозок, осуществляющихся в сервисах ОТЛК ЕРА, по маршруту Китай-Европа в обоих направлениях за январь 2021 года составил 51,7 тысяч ДФЭ, что на 70% больше по сравнению с аналогичным периодом в 2020 году. С 2016 года транзитные перевозки по железной дороге России растут быстрыми темпами и в перспективе должны увеличиваться, так как для этого есть определенные предпосылки:

1) скорость, как один из критериев перевозок, становится приоритетным при выборе способа доставки груза, так как динамично изменяющийся спрос влечет за собой минимизацию складских запасов. Железнодорожные перевозки позволили сократить время перевозки грузов по маршруту Китай-Европа в два раза по сравнению с морским транспортом;

2) для минимизации издержек в морских перевозках используют суда повышенной емкости, что приводит к увеличению издержек производителей, груз которых лежит на складе до накопления полного судна. Транзитные перевозки железнодорожным транспортом характеризуются регулярностью движения;

3) мировая торговля, начиная с августа 2020 года, достаточно быстрыми темпами стала расти после коронавирусной пандемии, количество товаров, доставляемых из Китая в Европу и Америку значительно превышало количество, доставляемых в обратном направлении. Возник дефицит контейнеров, а стоимость морских перевозок значительно была увеличена. Также ситуация со сверхбольшим контейнеровозом Ever Given в Суэцком канале в марте 2021 года привела к тому, что была нарушена регулярность морских перевозок. Данные факторы заставляют производителей искать альтернативные пути транспортировки грузов, что приводит к росту спроса на перевозки железнодорожным транспортом;

4) такие характеристики железнодорожных перевозок, как: независимость от погодных условий, самый безопасный и экологически чистый вид транспорта, возможность перевозки любого вида груза – являются конкурентным преимуществом железнодорожного транспорта.

Российская Федерация имеет большой потенциал в транзитных перевозках железнодорожным транспортом. Эффективная его реализация будет зависеть от слаженности работы всех заинтересованных сторон. Мировые рынки сбыта, такие как ЕС, КНР и Азиатско-Тихоокеанский регион, формируют основной транзитный грузопоток по территории стран Евразийского экономического союза. Основными транспортными коридорами, которые его обеспечивают, являются Запад-Восток, Север-Юг и ТРАСЕКА.

Для достижения цели по сокращению времени транзита, а также для повышения пропускной способности транспортной инфраструктуры принимаются новые инновационные решения представителями разных стран. Такие решения затрагивают некоторые маршруты грузовых потоков.

Одним из таких решений, которое позволяет внедрить регулярное движение контейнеров в смешанном железнодорожно-водном сообщении, является сквозная технология перевозок контейнеров по новому

мультимодальному маршруту через порты г. Калининграда и г. Гамбурга, которая осуществляется компаниями АО «ОТЛК ЕРА» и ВIT-Germany. В рамках данной системы клиенту необходимо предоставить единый пакет перевозочных и сопроводительных документов для движения контейнера по всему маршруту.

Еще одним из стратегически важных для развития транзитных перевозок решением является задействование нового пограничного перехода Горынь/Удрицк при транспортировке товаров из Китая в Европу. Перевозка по территории Украины позволяет обойти необходимость в перегрузке с «широкой» колеи на «узкую» на пограничном переходе Брест/Малашевичи.

Развитие транзитных перевозок также осуществляется и в странах-партнерах. В Казахстане планируется открытие пяти новых перевалочных терминалов, а на белорусско-польской границе тестируются новые пограничные переходы. Все это позволит увеличить грузооборот транзитных перевозок без особой нагрузки на транспортную инфраструктуру, а также диверсифицировать маршруты.

Развитие транзитных перевозок происходит не только в сторону расширения маршрутной сети, но и в сторону улучшения качества перевозок. Внедрение цифровых технологий позволяет сделать перевозки бесшовными, что в свою очередь приведет к сокращению их сроков. Рассмотрим основные цифровые технологии, над которыми на данный момент идет работа, или же они находятся на стадии тестирования.

1. Цифровая платформа транспортно-логистического центра карьеры. Она разработана компанией АО «ОТЛК ЕРА» с целью создания единой площадки, где смогут коммуницировать студенты, выпускники и работодатели из стран Европы, Азии и СНГ. В рамках данной платформы планируется создание личных профилей как студентов, по которым компании смогут оценить активность их деятельности, так и работодателей, которые будут освещать актуальные новости, стажировки, вакансии. Создание таких платформ является важной составляющей международного сотрудничества различных стран, так как только слаженная работа и обмен опытом позволяют реализовать потенциал железнодорожной индустрии.

2. Электронные средства идентификации (ЭСИ). Использование ЭСИ (навигационных пломб) позволяет в режиме онлайн отследить местонахождение груза и оперативно среагировать в случае взлома электронного устройства. Планируется отправка тестового контейнерного поезда по маршруту Брест-Северный – Карталы-1 и обратно, на котором будут впервые установлены ЭСИ от трех разных производителей, с целью проверки их совместимости и возможности отслеживания целостно-

сти груза при одновременном их использовании. Данное испытание проводится для того, чтобы предоставить грузоотправителям выбор пломб, наиболее предпочтительных для них.

3. Блокчейн-платформа. Между ОАО «РЖД» и датской компанией Maersk было заключено соглашение, в рамках которого будет проходить развитие цифровых сервисов с использованием технологии блокчейн для транзитных мультимодальных перевозок, а также интеграция блокчейн-платформ компаний. В сервисе компании Maersk AE19, предназначенном для быстрой перевозки контейнеров с рефрижераторными и сухими грузами, ОАО «РЖД» обеспечивает стабильную перевозку грузов из стран АТР в Европу по железнодорожному транспорту от порта Восточный до Большого порта Санкт-Петербург. Он позволяет не задерживать груз на пограничных переходах и проходить ускоренный транзит в России.

У компании ОАО «РЖД» есть разработанный на основе блокчейна алгоритм «Смарт-контакт». Блокчейн-сеть предоставляет необходимые данные алгоритму, который в свою очередь передает эти данные в другие системы, следит за исполнением контрактов, а также производит взаиморасчеты между сторонами. Данный алгоритм позволяет сделать перевозочный процесс более прозрачным, сократить время на оформление документов, а также обеспечить автоматическое исполнение условий контракта сторонами. Пилотное внедрение смарт-контакта осуществляется на Октябрьской железной дороге ОАО «РЖД», в Морском порту Санкт-Петербурга, в транспортно-экспедиторской компании «Модуль», в крупнейшем экспортере газетной бумаги ООО «Карелия Палп» и т.д.

Таким образом, цифровизация активно внедряется в организацию транзитных перевозок. Компаниям, которые хотят остаться на рынке, необходимо в кратчайшие сроки обрабатывать большой массив данных, а также использовать передовые технологии. В Российской Федерации будут стремительно расти объемы транзитных перевозок по железной дороге: выгодное географическое положение, развитая инфраструктура, минимальное количество пересеченных границ на пути следования – укрепляют возможности для развития таких перевозок. Стоит отметить, что эффективное внедрение цифровых технологий возможно только при согласовании действий компаний и государственных органов всех стран, участвующих в маршруте. Поэтому помимо технологий, которые улучшают качественные и количественные характеристики перевозок, создаются единые цифровые платформы, на которых можно обмениваться опытом, принимать решения о дальнейшем взаимодействии, а также создавать совместные цифровые технологии. Вышеупомянутые тенденции говорят о том, что цифровизация повысит уровень как внутренних, так и

внешних перевозок, в том числе будет способствовать более полной реализации транзитного потенциала Российской Федерации.

Список использованных источников:

1. В январе 2021 года в сервисах ОТЛК ЕРА перевезено 51,7 тыс. ДФЭ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.utlc.com/news/v-yanvare-2021-goda-v-servisakh-otlk-era-perevezeno-51-7-tys-dfe/> (дата обращения – 30.03.2021).
2. Перевозки контейнеров по сети ОАО «РЖД» выросли на 16%, достигнув рекордных 5,8 млн ДФЭ в 2020 году [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cargo.rzd.ru/ru/9514/page/3104?id=258670> (дата обращения – 30.03.2021).

Мельников Антон Олегович

Melnikov Anton Olegovich,

Санкт-Петербургский государственный

экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Ценные бумаги и производные финансовые инструменты»

Master program “Securities and derivatives”

e-mail: mmelnikov23@mail.ru

**ЗЕЛЕНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ
GREEN TRANSFORMATION OF THE RUSSIAN ECONOMY:
PROBLEMS AND PROSPECTS**

В статье обосновывается необходимость российской экономики в зеленой трансформации. Работа построена на анализе общемировых трендов в области устойчивого развития, определении проблем и перспектив российской экономики в условиях глобальной энергетической трансформации.

The article substantiates the need for the Russian economy in green transformation. The work is based on the analysis of global trends in the field of sustainable development, identification of the problems and prospects of the Russian economy in the context of global energy transformation.

Ключевые слова: зеленые инвестиции, возобновляемые источники энергии, низкоуглеродная трансформация, зеленый курс.

Key words: green investment, renewable energy, low carbon transformation, green course.

Эксперты и политики всего мира рассматривают текущий кризис, вызванный пандемией COVID-19, как возможность сформировать и внедрить новые модели зелёной трансформации экономики, чтобы обеспечить устойчивый долгосрочный рост. Зеленая трансформация – это

переход к «зеленой» экономике, который сопровождается структурной трансформацией. «Зеленая» экономика предполагает использование новых моделей развития, основанных на низком уровне эмиссии парниковых выбросов в атмосферу. Для этого необходимы революция в энергетическом секторе, сводящаяся к ускоренному переходу на возобновляемые источники энергии (ВИЭ) и увеличение энергоэффективности. В промышленности необходимо внедрение элементов циклической экономики, которые позволят сократить выбросы от промышленных процессов, увеличить применение вторичного сырья, минимизировать появление отходов и продлить сроки эксплуатации товаров длительного пользования. Следует осуществить переход к органическому и восстановительному сельскому хозяйству. Страны и компании, которые будут инвестировать в создание устойчивой инфраструктуры и зелёные технологии для достижения вышеперечисленных целей, первыми перейдут на новый технологический уклад и обеспечат себе лидерство на несколько десятков лет вперёд. Сейчас, в государственных антикризисных программах и важнейших документах России, в основном, ориентация на инерционный рост. Угрозы национальной и экономической безопасности страны создает сосредоточенность российской экономики на нефтегазовом секторе, особенно в период активного развития зеленых отраслей.

В конце 2019 года был утвержден масштабный план действий странами Европейского Союза в области зеленой трансформации под названием «Зеленый курс». Главная цель программы – достижение к 2050 году «углеродной нейтральности» или «нулевых выбросов». Это подразумевает, что объем выбросов углерода не должен превышать объем, который смогут поглощать леса и океаны. Данную инициативу поддержали такие страны, как Китай, Бразилия, США, Южная Корея и Япония. Россия в ноябре 2020 года также представила свой план мероприятий достижения «углеродной нейтральности», но он вызвал критику со стороны других участников. Указ президента №666 "О сокращении выбросов парниковых газов" действительно предполагает сокращение выбросов до 70%, но относительно уровня 1990 года. [1] Учитывая, что сейчас уровень данного показателя составляет 50% от 1990 года, то в предстоящем десятилетии выбросы углерода будут только увеличиваться. Таким образом «углеродная нейтральность» в России будет достигнута к концу 21-го века, в то время как другие страны планируют сделать это к 2050-2060 гг. В результате значительно сократится потребление нефти в Европе, практически до нулевого уровня к 2040-м годам. Следовательно, из-за этого пострадают экспортеры из России, так как доля нефтегазовых доходов в федеральный бюджет в среднем за последние 5 лет составляет 38%. [2] Это негативно скажется на экономике страны в целом.

По сравнению с другими странами Россия находится на начальном этапе развития правовой, технологической и финансовой инфраструктуры зеленой экономики. В 2020 году были совершены следующие позитивные изменения в российском законодательстве:

- В мае 2020 года в силу вступило Положение Банка России «О стандартах эмиссии ценных бумаг» №706-п, в котором впервые были даны определения зеленым и социальным облигациям, установлены особенности эмиссии данных инструментов.

- В июле 2020 года Банк России направил участникам рынка ценных бумаг информационное письмо от 15.07.2020 № ИН-06-28/111 «О рекомендациях по реализации принципов ответственного инвестирования».

- В ноябре 2020 года Правительство России издало распоряжение, в соответствии с которым к концу 2021 года рабочая группа разработает перечень инструментов финансирования для устойчивого развития и завершит создание этих инструментов.

- 7 декабря 2020 года вступила в действие новая редакция Правил листинга Московской биржи, в данном документе установлены новые условия для включения и удержания облигаций в Секторе устойчивого развития, определены дополнительные требования соответствия облигаций зеленым или социальным.

В 2020 году зарегистрировано шестнадцать выпусков зеленых и социальных облигаций на сумму около 170 млрд руб. Из них двенадцать выпусков зеленых облигаций на сумму 140 млрд руб. и четыре выпуска социальных облигаций на сумму 30,57 млрд руб. Создано 5 фондов ответственного инвестирования под управлением четырех компаний, из них два - биржевые паевые инвестиционные фонды (БПИФ), остальные – открытые паевые инвестиционные фонды (ОПИФ). В 2020 году запущено 5 новых индивидуальных стратегий ответственного инвестирования, всего на данный момент их 7. В 2020 году некоторые российские компании и банки получили кредиты, привязанные к ESG факторам или зеленые кредиты. [3]

Несмотря на вышеперечисленные достижения, Россия не спешит уменьшать свою сырьевую зависимость и реализовывать свой технологический потенциал. Производство электроэнергии на основе ВИЭ, согласно проекту низкоуглеродной стратегии, возрастет с 2017 по 2050 на 5%. В то же время, к 2050 году большинство стран Европы и штатов США, запланировали обеспечить полный переход на ВИЭ. «Энергостратегия-2035» подразумевает, что нефтедобыча к 2035 году будет на прежнем уровне или сократится на 12%, а объемы получения газа вырастут на

18–38%, объёмы получения угля увеличатся на 10–52%. В стратегии уделяется внимание только гидроэнергетике, при том, что данный тип ВИЭ не является перспективным ни по экологическим, ни по экономическим причинам. Также предусмотрено развитие водородной энергетики, однако его планируется осуществлять за счёт производства водорода из природного газа, в том числе с использованием ВИЭ и атомной энергии». Но в мире будет востребован только водород, произведенный за счёт возобновляемых источников энергии, так как он нейтрален для климата. Утверждённый в октябре 2020 года План мероприятий («дорожная карта») по формированию в России водородной энергетики до 2024 года также не делает акцента на зелёном водороде, который может стать нефтью и газом будущего. В настоящее время многие эксперты и политики в Европейском Союзе рассматривают потенциальные страны для импорта зелёного водорода, и некоторые из них в качестве одного из важных вариантов обращают внимание на Россию и имеющуюся трубопроводную инфраструктуру. [4]

В данный момент наблюдается необходимость в приведении российских национальных стратегических документов в соответствие с основными современными мировыми документами — Парижским соглашением по климату и Целями устойчивого развития ООН. Для этого требуется разработка и внедрение Зелёного курса России, предназначенного для кардинального сокращения выбросов углерода в атмосферу и изменение экономики с помощью ускоренного развития зелёных секторов. В первую очередь необходимо переориентировать инвестиции из сектора ископаемого топлива в сектор ВИЭ. Данные альтернативные источники энергии в настоящее время стали дешевле и перспективнее, а их использование позволит создать больше новых рабочих мест, которые будут более безопасными для сотрудников, а также более высокооплачиваемыми, чем в традиционной энергетике.

Список использованных источников:

1. Указ Президента РФ от 4 ноября 2020 г. № 666 “О сокращении выбросов парниковых газов”
2. Минфин России. Краткая информация об исполнении федерального бюджета – [электронный ресурс] URL: https://minfin.gov.ru/ru/statistics/fedbud/execute/?id_65=80041-yezhegodnaya_informatsiya_ob_ispolnenii_federalnogo_byudzheta_dannye_s_1_yanvarya_2006_g.#
3. Годовой доклад – 2020 «Зеленые финансы России». Экспертно-аналитическая платформа «Инфраструктура и финансы устойчивого развития» при участии Национального рейтингового агентства и Научного центра евразийской интеграции. - [Электронный ресурс] URL: https://www.ra-national.ru/sites/default/files/analitic_article/INFRAGREEN_Green_Finance_Russia_29122020.pdf

4. Обновленная программа «Зеленого курса России». Greenpeace. - [Электронный ресурс] URL: https://greenpeace.ru/wp-content/uploads/2020/11/%D0%97%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D1%8B%D0%B9GC_A4_november_2020_002%D0%BF%D0%BF-1-1.pdf

Меньшикова Карина Равилевна

Menshikova Karina Ravilevna,

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Инновационные персонал-технологии и управление карьерой»

Master program “Innovative Personnel-Technology and Career Management “

e-mail: menshikova.k.r@yandex.ru

МАТРИЦА ПОТЕНЦИАЛА КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ТАЛАНТАМИ POTENTIAL MATRIX AS A TALENT MANAGEMENT TOOL

В статье рассматривается матрица из 9 блоков как инструмент управления талантами, анализируются процесс её построения, а также особенности реализации и возможные проблемы в процессе оценки.

The article discusses a 9-box grid as a talent management tool, the process of its construction, as well as implementation features and possible problems in the assessment process.

Ключевые слова: матрица 9-box, управление талантами, планирование преемственности, кадровый резерв, матрица потенциала.

Key words: 9-box grid, talent management, succession planning, talent pool, potential matrix.

Несмотря на различные точки зрения в научном сообществе касательно концепции управления талантами и определения «таланта» в организационном значении, перед компаниями стоит дилемма каким образом определять высокопроизводительных и высокопотенциальных сотрудников. Большинство компаний, опираясь на рейтинг производительности работников распределяют ресурсы на вознаграждение, обучение, а также планируют продвижения по службе и формируют пул преемников [1, с.67].

Одним из широко используемых инструментов является адаптированная модель управления талантами 9 Box grid, разработанная McKinsey совместно с General Electric в начале 1970-х. Данная матрица позволяет организации определить куда лучше инвестировать свои ресурсы [2]. Модель представляет из себя матрицу из девяти ячеек, где одна сторона

обозначает производительность (ось X в матрице от низкого к высокому), а другая – потенциал (ось Y от низкого к высокому).

Матрица позволяет руководителям компании определить в какой зоне развития на данный период времени находится каждый сотрудник и разработать процесс обучения и мотивации для каждой из девяти групп. Основной задачей использования матрицы из девяти коробок является выявление HiPo – высокопотенциальных сотрудников и более вероятных кандидатов на вышестоящие и руководящие должности, определение круга лиц, которые будут наиболее эффективны в своей должности при участии в целевом обучении, определение сотрудников, которых следует удерживать, а также выявить потребность во внешнем подборе. Помимо этого, полученные данные могут быть использованы для определения кандидатов на более сложные и долгосрочные проекты и другие возможности развития внутри организации. Пример матрицы представлен на рисунке 1.

Потенциал	Высокий	<p>Нереализованный потенциал (высокий потенциал, низкая производительность)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Результаты ниже ожиданий, несмотря на высокий потенциал. – Стремление учиться и применять новые навыки. – Целевое развитие в направлении улучшения производительности работы или изменения работы для лучшего соответствия человека работе. – Регулярное отслеживание прогресса. 	<p>Формирующийся потенциал (высокий потенциал, умеренная производительность)</p> <ul style="list-style-type: none"> – В целом работает хорошо и демонстрирует высокий потенциал. – Вероятно, будет готов к продвижению в ближайшем будущем (в ближайшие 2-3 года). – Стремится учиться и применять новые навыки. – Целевое развитие для повышения производительности и поддержания вовлеченности / приверженности организации 	<p>Высший талант (высокий потенциал, высокая производительность)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Выполняет работу хорошо, последовательно обеспечивая качественные результаты. Демонстрирует высокий потенциал для более высоких / сложных ролей. – Продвижение уже готово. – Сосредоточенность на признании, вовлечении и удержании (напр. высокопрофессиональные длительные проекты).
	Средний	<p>Неопределенность (умеренный потенциал, низкая производительность)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Выполнение ниже ожиданий, но показывает некоторый потенциал. – Обеспечить честную обратную связь и наличие соглашения о производительности. – Регулярное отслеживание прогресса. 	<p>Хорошее размещение (умеренный потенциал, умеренная производительность)</p> <ul style="list-style-type: none"> – В целом выступает хорошо и показывает определенный потенциал. – Проявляет интерес к обучению, применяя новые навыки, когда это необходимо. – Целевое развитие для завершения работы и поддержания вовлеченности. 	<p>Высокая успеваемость (умеренный потенциал, высокая производительность)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Выполняет работу хорошо, последовательно обеспечивая качественные результаты. – Показывает умеренный потенциал для более высоких / сложных ролей. – Проявляет интерес к обучению и применению новых навыков, когда это необходимо. – Сосредоточены на повышении потенциала и поддержании вовлеченности/ приверженности компании.
	Низкий	<p>Самое большое беспокойство (низкий потенциал, низкая производительность)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Выполнение ниже ожиданий в сочетании с низким потенциалом. – Обеспечить соглашения о производительности, а также давать регулярную / честную обратную связь и фиксирование результатов. – Может потребоваться высвобождение. 	<p>Солидный вкладчик (низкий потенциал, умеренная производительность)</p> <ul style="list-style-type: none"> – В целом работает хорошо, хотя потенциал ограничен. – Проявляет ограниченный интерес к изучению новых навыков. – Целевое развитие для улучшения производительности и адаптивности. 	<p>Проверенный исполнитель (низкий потенциал, высокая производительность)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Выполняет работу хорошо, последовательно обеспечивая качественные результаты. – В настоящее время показывает ограниченный потенциал для более высоких/ сложных ролей. Ценный вкладчик - сосредоточьтесь на поддержании вовлеченности, признании / вознаграждении вклада.
		Низкая	Средняя	Высокая
		Производительность		

Рис. 1 – Пример матрицы 9-бок

Процесс формирования матрицы состоит из трех этапов:

1. оценка производительности сотрудников;
2. оценка потенциала сотрудников;
3. определение позиции сотрудника в матрице.

Оценка производительности сотрудников. На первом этапе руководители оценивают текущую эффективность работы сотрудников за текущий период. В основном производительность оценивается как низкая, средняя, высокая или же измеряется по шкале. Второй вариант позволяет более подробно и детально оценить результативность сотрудников и посмотреть на их расположение внутри каждой из девяти коробок.

Оценка потенциала сотрудников. Второй и наиболее сложный этап в процессе формирования матрицы. Выявление потенциала включает в себя оценку вероятной способности человека быть эффективным в более сложной и неоднозначной роли в будущем. Это прогнозная оценка, и её следует рассматривать как ориентировочную на определенный момент времени. На данном этапе менеджер оценивает потенциал сотрудника для его дальнейшего развития по шкале аналогичной шкале производительности. Критериями оценки потенциала в основном используется модель консалтингового агентства CIB SHL [3], которая включает в себя следующие три критерия потенциала:

1. Стремление подняться на руководящие должности (амбициозность);
2. Способность быть эффективным на более ответственных и руководящих должностях;
3. Вовлечённость – приверженность организации и стремление оставаться на сложных ролях.

Стоит отметить, что компании могут использовать для оценки как индикаторы вышеуказанных критериев, так и собственные индикаторы корпоративных компетенций, которые отражают ценности организации и её видение того, какими профессиональными качествами должен обладать кандидат на руководящую должность. При этом, в научном и бизнес-сообществе ведётся активная дискуссия о валидности показателей, используемых для оценки потенциала. С увеличением мобильности рабочей силы некоторые из исследователей [4, с.41] предлагают также рассматривать компаниям возможность сотрудников к переездам и релокации в другие страны, данный показатель актуален при оценке сотрудников в международных корпорациях.

Определение позиции сотрудника в матрице. На основе полученных результатов, сотрудника размещают в одной из девяти ячеек мат-

рицы. В зависимости от расположения впоследствии должны быть приняты меры по стимулированию и включению в программы обучения и развития, соответствующие позиции в матрице. Данный этап может быть реализован в полуавтоматическом режиме, силами HR-департамента или же при помощи автоматизированного программного обеспечения, например, SAP или Oracle.

Но, несомненно, не существует идеальных инструментов, и матрица 9 box в данном случае не является исключением. При реализации данной модели возможно возникновение некоторых проблем и ошибок, которые способны снизить эффективность использования матрицы. Укрупнённо можно выделить три основные проблемы – это процентное соотношение количества сотрудников в каждой из ячеек, наименование ячеек и открытость результатов оценки, а также этичность оценки и мероприятия после её проведения.

Касательно процентного соотношения количества сотрудников в каждой из ячеек ведутся активные споры о целесообразности ограничения вместимости каждой из коробок, то есть какое количество сотрудников может быть в каждой из ячеек. Ограничение может сильно повлиять на сотрудников, которых переместят в другую категорию, по причине достижения лимита в ячейке, к которой его изначально планировали отнести. При этом стоит учесть тот факт, что при отсутствии ограничений, организация может столкнуться с тем, что большинство сотрудников департамента будет отнесено к верхней девятой ячейке, что не позволит рационально расходовать ресурсы организации на развитие сотрудников, а также сформировать кадровый резерв на будущее.

Наименование ячеек и открытость результатов оценки. В данном случае стоит вопрос стоит ли осведомлять сотрудников об их позиции в матрице, каким образом это делать, а также какие должны быть наименования ячеек. В противном случае, неправильно подобранные формулировки могут расцениваться как оскорбительные или как клеймение на «звезд» и «бесталанных».

Этичность оценки и мероприятия после её проведения. Здесь возможно возникновение пристрастности менеджеров при оценке подчинённых, в связи с личными симпатиями, а также страхом, что подчинённый подсядет руководителя. Также исследование Е.И. Кудрявцевой [5, с.221] указывает на ограничение карьерного роста и возможностей для сотрудников, которые первоначально попали в кадровый резерв, но затем из него выбыли.

Помимо этого, стоит отметить, что матрица является вспомогательным инструментом в процессе преемственности, и основные мероприятия должны следовать после формирования матрицы. Для эффективного использования матрицы 9 box необходимо давать обратную связь сотрудникам по результатам оценки, а также реализовывать программы по удержанию ценных кадров и улучшения их навыков и производительности.

Стоит отдельно подчеркнуть, что сам инструмент гораздо менее важен, чем то, как он используется, и наличие зрелой управленческой культуры, способной его поддержать. Поэтому основная задача для руководства и HR-департамента сформировать прозрачную политику в области карьерного планирования, а также политики и инструкции с подсказками и советами по карьерному развитию для сотрудников в каждой из девяти ячеек. Размещение не следует считать окончательным или длительным. При оценке сотрудников важно, чтобы менеджеры различали высокую производительность и высокий потенциал. Высокий потенциал требует способности переходить на более сложные, неоднозначные и масштабные роли и преуспевать в них в будущем.

Матрица 9 box – это простой в использовании инструмент, который возможно реализовать на основе электронных таблиц Excel, с использованием более сложного программного обеспечения, такого как Tableau, DataStudio или готовых продуктов от ведущих IT-компаний. А окончательное размещение сотрудников не должно основываться исключительно на результатах данного метода оценки.

Список использованных источников:

1. Петров М.А., Прозоровская К.А. Маркетинг персонала: учебное пособие / М.А. Петров, К.А. Прозоровская. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017. – 76 с.
2. Enduring Ideas: The GE–McKinsey nine-box matrix [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/enduring-ideas-the-ge-and-mckinsey-nine-box-matrix> (дата обращения 15.04.2021).
3. Обзор отчёта СЕВ SHL Talent Report 2014: как повысить эффективность программ HiPo [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hrdocs.ru/novosti/obzor-talent-report-2014/> (дата обращения 15.04.2021).
4. Church Allan H. Think outside the 9 box // Talent Quarterly. The high performance issues. – 2018. – №19. – P. 40-43.
5. Кудрявцева Е.И. Организационные карьерные сценарии для талантливых работников // Российский журнал менеджмента. – 2018. – №16(2). – С. 205–230.

Меньшикова Юлия Андреевна
Menshikova Julia Andreevna,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Учет, анализ и аудит в отраслях экономики»
Master program “Accounting, analysis and auditing
in the sectors of the Economy”
e-mail: Juliya-menshikova2015@yandex.ru

**УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УЧЕТА ЗАТРАТ
НА ПРОИЗВОДСТВО ЭМАЛИРОВАННОЙ ПОСУДЫ
MANAGEMENT ASPECTS OF ACCOUNTING THE COSTS
OF PRODUCTION OF ENAMELED DISHWARE**

В данной статье рассмотрена характеристика этапов производства эмалированной посуды, влияние организационно-технологических особенностей деятельности на производственный процесс, рассматривается возможность применения процессно-ориентированного управленческого учета.

This article examines the characteristics of the stages of the stages of production of enameled dishes, the impact of organizational and features of activities on the production process, considers the possibility of using process-oriented management accounting.

Ключевые слова: управленческий учет, технологический процесс, бизнес-процессы, эмалированная посуда.

Key words: management accounting, technological process, business processes, enameled dishes.

Важной задачей управления деятельностью производственных предприятий является повышение ее эффективности, в том числе за счет определения сокращения себестоимости продукции и повышения размера прибыли. [1, стр.178]. Решение данной задачи невозможно без соответствующего учетно-информационного обеспечения, основной составляющей которого является управленческий учет. Затраты являются объектом управленческого учета. Организации в зависимости от организационно-технологических особенностей и целей формирования информацию могут применять различные методики учета затрат. Важно отметить, что управление деятельностью предприятия нуждается не только в учетной информации о затратах в денежном измерении. Важны такие показатели, как время, качество, инновации и т.д. Данные показатели тесно связаны с бизнес-процессами.

Рассмотрим действующую практику учета затрат на предприятии по выпуску эмалированной посуды ООО «СТАЛЬЭМАЛЬ» для определения ее недостатков и разработке рекомендаций по ее совершенствованию.

ООО «СТАЛЬЭМАЛЬ» - российское предприятие, выпускающее стальную эмалированную посуду и стальную посуду с антипригарным покрытием. ООО «СТАЛЬЭМАЛЬ» является лидером российского рынка эмалированной посуды с ежегодным объемом выпуска более 7 млн. единиц продукции, которая поставляется, помимо России, в страны СНГ, Европу и Азию.

Для исследования практики учета затрат на любом предприятии следует рассмотреть организационно-технологические особенности его деятельности. Рассмотрим основные стадии технологического процесса производства продукции в ООО «СТАЛЬЭМАЛЬ» (табл. 1).

Таблица 1 – Характеристика основных стадий технологического процесса производства продукции в ООО «СТАЛЬЭМАЛЬ»

Стадия	Краткая характеристика
1	2
Порезка металла	Металл отправляется на раскрой, чтобы добиться нужной ширины металла для изготовления дисков
Изготовление дисков	Диски вырубаются определенного размера для каждого вида изделий
Изготовление изделий	Методом вытяжки металла в пресс-автомате получают черновое изделие
Нанесение грунтовой эмали	Нанесение грунтовой эмали на изделия на полуавтоматических линиях
Сушка изделий	Изделия, покрытые грунтовыми эмалями, сушат в газовой конвейерной печи
Обжиг изделий	Изделия, покрытые грунтовыми эмалями, обжигают в газовой конвейерной печи туннельного типа
Нанесение покровной эмали	Методом пульверизации на внутреннюю поверхность изделий; Методом облива на наружную поверхность
Сушка изделий	Изделия, покрытые покровными эмалями, сушат в газовой конвейерной печи
Обжиг изделий	Изделия, покрытые покровными эмалями, обжигают в газовой конвейерной печи туннельного типа
Приемка готовых изделий	Изделия проходят контроль ОТК и отправляются на участок комплектации и упаковки

Исследование стадий технологического процесса необходимо для определения влияния организационно-технологических особенностей производства эмалированной посуды на учет затрат (табл. 2).

Учет по производственным процессам, рассмотренным выше, ведется на счетах 20 «Основное производство», 23 «Вспомогательное производство», 25 «Общепроизводственные расходы». Отчеты и ведомости по затратам могут составляться по центрам ответственности, по периодизации или по конкретной стадии производства.

Таблица 2 - Влияние организационно-технологических особенностей деятельности на учет затрат

Организационно-технологические особенности	Влияние на учет
1	2
Наличие сложных и простых стадий технологических процессов	Определяется состав прямых и косвенных затрат по отношению к объектам учета затрат, организация учета и порядок распределения косвенных затрат между объектами учета затрат
Наличие полуфабрикатов	Необходимость формирования информации о себестоимости полуфабрикатов
Наличие безвозвратных отходов	Ведение количественного учета данных потерь
Наличие возвратных отходов	Выбор способов из оценки и учета
Наличие брака (исправимого)	Учет затрат на исправление брака
Наличие брака (неисправимого)	Количественный учет данного брака и определение способа оценки его стоимости
Наличие вспомогательных производств	Необходимость определения состава прямых и косвенных затрат по отношению к объектам учета затрат
Наличие незавершенного производства	Необходимость оценки незавершенного производства.

Аналитический учет на счете 20 «Основное производство» ведется в разрезе трех основных производственных участков: цеха эмалирования, участка штамповки и мокрого помола. Далее субсчет второго порядка применяется для учета затрат в разрезе видов продукции. Например, на участке штамповки получают диски и заготовки, ободки нержавеющей, порезку и профиль, услуги собственных подразделений, фурнитуру и черновые заготовки. На участке мокрого помола получают шликер и услуги собственных подразделений. Цех эмалирования по структуре счета делится на посуду эмалированную, посуду с антипригарным покрытием, крышки стеклянные и нержавеющей, а так же брак производства. Затраты данных участков учитываются в разрезе следующих статей калькуляции:

- Сырье и материалы;
- Полуфабрикаты;
- Расходы на приобретение электроэнергии;
- Расходы на приобретение технической воды;
- Расходы электроэнергии на отжиг цилиндров;
- Расходы по оплате труда;
- Страховые взносы;

- Амортизация;
- Прочие вспомогательные сырье и материалы;
- Упаковочные материалы;
- Отходы и т.д.

Учет на счете 23 «Вспомогательное производство» и 25 «Общепроизводственные расходы» ведется в разрезе вспомогательных подразделений, таких, как транспортный участок, отдел технического контроля, лаборатория и другие. Данные подразделения производят услуги для собственных нужд предприятия. Счет 25 «Общепроизводственные расходы» также применяется для учета затрат по обслуживанию оборудования, а также цеховых расходов в основных производственных подразделениях.

Рассмотрев особенности аналитического учета по счетам производственных затрат, следует отметить, что на данном предприятии достаточно традиционная практика учета затрат. Однако такой практики недостаточно. Для целей управления затратами необходима не только финансовая, но и нефинансовая информация. Такая информация может формироваться по бизнес-процессам предприятия, что позволяет находить узкие места в конкретном процессе.

Бизнес-процесс – это логическая последовательность процессов, работ, мероприятий производства, нацеленных на изготовление определенного вида изделий или услуг для конечного потребителя. Представим классификацию и состав процессов в рамках производственной деятельности по изготовлению эмалированной посуды. Процессы в зависимости от целевого назначения подразделяются на основные, вспомогательные и обслуживающие. К основным относятся заготовительные, включающие порезку металла и вырубку дисков. Обрабатывающие связанные с непосредственным изготовлением и эмалированием. Сборочные являются заключительным этапом, и включают в себя комплектацию и упаковку изделий. Вспомогательные процессы делятся на энергетический, электроремонтный, ремонт оборудования и инструментальное производство. К обслуживающим процессам относятся транспортировка и склад.

Как правило, основные производственные бизнес-процессы являются комплексными, вследствие чего допускается их декомпозиция на подпроцессы, отражающие достижение целей ключевого бизнес-процесса. Управление производственными бизнес-процессами компании позволяет повысить точность контроля производственных результатов и, как следствие, качество управления затратами организации.

Для целей управления предлагается вести учет по выпуску продукции в разрезе таких нефинансовых показателей как:

- процент брака по каждому участку, что позволит вовремя замечать отклонения в производстве;

- выработка на человека по отдельным группам изделий, что позволит улучшить систему учета рабочего времени;
- число и время простоев, что отразится на учете затрат по ремонту оборудования;
- время на переналадку оборудования, даст возможность улучшить систему переналадок и возможное сокращение времени, что отразится на выпуске продукции;
- план-фактный анализ расходов ресурсов (электроэнергии, воды, человеко-часов), позволит сократить затраты в «проседающих» местах.

Применение процессно-ориентированного управленческого учёта затрат производственного предприятия позволит обеспечить возможность определения реальной потребности в ресурсах по отдельным производственным процессам и операциям.

Таким образом, в работе рассмотрена действующая практика учета затрат на производство эмалированной посуды и раскрыты ее недостатки, выявлены организационно-технологические особенности данной деятельности и их влияние на учет, а также предложено внедрение учета по бизнес-процессам производства, что позволит увидеть «узкие» места производства и повлияет на принимаемые управленческие решения.

Список использованных источников:

1. Глущенко И. Н. Управленческий учет: учебное пособие / И. Н. Глущенко, Д. П. Устич — Москва: Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте, 2015. — 324 с.
2. ГОСТ 32584-2013 Посуда стальная эмалированная с противопригарным покрытием. Технические условия [Текст]. — Введ. 2015-01-01. — М.: Стандартинформ 2014.
3. ООО «Стальэмаль» URL: <http://rusposuda.ru/> (дата обращения: 28.01.2021).
4. Управленческая отчетность в отраслях: учебное пособие / К.В. Гульпенко, Н.В. Тумашик. — СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. — 112с.
5. Моделирование процессов и систем : учебник и практикум для вузов / под редакцией Е. В. Стельмашонок. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 289 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04653-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451012> (дата обращения: 18.03.2021).
6. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов : учебное пособие для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев ; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452973> (дата обращения: 25.03.2021).

Миронова Елизавета Сергеевна
Mironova Elizaveta Sergeevna
 Санкт-Петербургский государственный
 экономический университет
 St. Petersburg State University of Economics
 Программа «Экономическое право»
 Master program “Economic law”
 mironovaL97@mail.ru

ЭМБРИОН ЧЕЛОВЕКА КАК ОБЪЕКТ ГРАЖДАНСКИХ ПРАВ THE HUMAN EMBRYO AS AN OBJECT OF CIVIL RIGHTS

В статье рассматривается понятие эмбриона человека и проводится сравнение трех подходов к определению правовой природы эмбриона *in vitro*: эмбрион *in vitro* — субъект права, эмбрион *in vitro* — объект права и эмбрион *in vitro* — особое правовое явление, *sui generis*.

The article discusses the concept of the human embryo and compares three approaches to determining the legal nature of the embryo *in vitro*: the embryo *in vitro*-the subject of law, the embryo *in vitro*-the object of law and the embryo *in vitro*-a special legal phenomenon, *sui generis*.

Ключевые слова: зародыш человека, эмбрион *in vitro*, эмбрион *in vivo*, правовая природа эмбриона *in vitro*, особое правовое явление *sui generis*.

Key words: human embryo, embryo *in vitro*, embryo *in vivo*, legal nature of the embryo *in vitro*, special legal phenomenon *sui generis*.

Эмбрион — это ранний этап развития человека до восьми недель. Далее это уже не эмбрион, а плод. Существуют два вида эмбрионов: *in vivo* и *in vitro*. Первый вид характерен тем, что развитие эмбрионов происходит внутри тела матери. В отличие от этого вида эмбрионов, эмбрионы типа *in vitro* возникают в процессе оплодотворения при помощи ВРТ.

В научной среде существует несколько подходов к определению правовой природы эмбриона *in vitro*. Существует три позиции:

- 1) эмбрион *in vitro* — субъект права;
- 2) эмбрион *in vitro* — объект права;
- 3) эмбрион *in vitro* — особое правовое явление, *sui generis*.

Эмбрион *in vitro* как субъект права. Суть данного подхода заключается в том, что эмбрион с момента зачатия принят Эмбрион как полноценный человек имеет признаки идентичности, такие же права и обязанности, которые регулируются законом. В Италии правовая система считает эмбрион субъектом права и трубет такокого же отношения как и к человеку.

Но такое отношение к эмбриону нельзя принять за правило. Ст. 17 ГК РФ указывает, что правоспособность наступает с момента рождения,

а не с момента зачатия. Момент рождения это отделение плода от организма матери через роды. Необходимо учитывать, что, если ребенок родится мертвым, момент зачатия не будет иметь правового значения.

Эмбрион *in vitro* как объект права. Изучая труды Джон Локка мы находим, что каждый человек имеет право собственности на свою личность. Есть и другие работы ученых, где они определяют эмбрион как объект права, и принадлежит тем кто предоставил для его создания свои гаметы.

Изучая специальную литературу, обращаешь внимание, что ученые придают большое значение вопросу о правовом статусе эмбриона и плода с точки зрения права на жизнь (допустимость аборт, уничтожения эмбрионов, зачатых *in vitro*) и морально-этических аспектов (проведение исследований на эмбрионах) [4, с.8].

Часть ученых считает, что эмбриону следует отнести к движимой, индивидуально-определенной, неделимой и потребляемой вещи, эмбрион, по сути, является спецификацией, которая создана из материала заказчика, у которого впоследствии возникает право общей совместной собственности [1, с.135].

Эмбрион имеет внутренние признаки гражданских прав, так как эмбрион индивидуализирован (отделен и обособлен от организма матери), полезен (создается в том случае, если самостоятельно люди не могут зачать ребенка). Что касается внешних признаков, то эмбрион лишь частично урегулирован правом (правовые нормы касаются правового статуса эмбриона содержатся в Семейном кодексе РФ, а именно в статье 52, и в ст. 55 «Об основах охраны и здоровья граждан в Российской Федерации», Приказом Минздрава России № 107н).

Существующие на сегодняшний день положения законодательства, регулирующие правовой режим вещных прав не могут в полной мере быть применимы к эмбриону. Также не может быть отнесена к данным правоотношениям и совместная собственность, так как у эмбриона нет стоимостного эквивалента, как у любой вещи, его невозможно поделить, продать по частям, заявлять на него права. Поэтому ст. 253 ГК РФ не может быть применена к эмбриону как к имуществу, которое находится в совместной собственности. Если эмбрион *in vitro* считать вещью, то им можно распоряжаться с помощью заключенных договоров купли-продажи, дарения, мены.

Эмбрион нельзя признать вещью или лицом, это уникальная категория, следовательно и относится надо соответственно из-за его потенциала к человеческой жизни. К эмбриону следует относиться с уважением как к потенциальной личности.

Нельзя заключить никакие сделки, предметом которых мог бы быть эмбрион, а потому возможно более точным определением было бы отнесение эмбриона как *sui generis*.

Верным представляется подход объяснения правовой природы эмбриона как особого правового явления (*sui generis*). Сущность особого режима эмбриона лежит в основополагающих принципах. Наиболее важный принцип это человеческая жизнь на любом этапе ее развития. Ученые всего мира уже много лет изучают зарождение жизни. В юриспруденции устанавливают момент наделения человека правоспособностью опираясь на результаты исследования.

Проводя исследования, предполагают что эмбрион можно показать, как особое правовое явление (*sui generis*), дав ему определение его места в системе правоотношения. Так же предполагается представить его как самостоятельный объект гражданских прав, создав особый правовой режим, сущность этого режима находится в принципах сохранения и уважения жизни на любом этапе ее развития. Если воспринимать эмбрион как биологический материал, который имеет признаки биологического материала, а именно:

1. Эмбрион имеет природное происхождение, отличное от других биологических материалов. Его создание происходит путем слияния ядер мужских и женских половых клеток.

2. Эмбрион обладает исключительностью и неповторимостью, вбирая в себя от родителей, он становится индивидуальным.

3. Эмбрион является нематериальной ценностью, которая заключается в том, что эмбрион потенциально будущий субъект гражданских прав.

4. Эмбрион находится вне организма женщины, обособлен, содержит в себе генетическую информацию.

Если в отношении беременной женщины совершается преступное деяние, в УК РФ это расценивается как отягощающее обстоятельство и приводит к повышенной ответственности преступника, так как объектом преступления является не только жизнь и здоровье женщины, но и жизнь и здоровье ее неродившегося ребенка [2, с.27].

Романовский Г. Б. утверждает, что право быть признанным субъектом права возникает лишь с момента рождения. Закон не может признать эмбрион человека правоспособным, и придать ему статус субъекта права. Российский законодатель должен учитывать интересы неродившихся детей, но признать их правоспособность он не может [3, с.3]. Следует охранять эмбрион как зарождение человеческой жизни, но если признать эмбрион субъектом права, то возникнут серьезные правовые последствия.

Все это указывает на то, что эмбрион является объектом гражданских прав, а именно биологическим материалом, поскольку в отличие от вещей, происходит от человека, а также обладает нематериальной ценностью. При этом имеет две особенности: первая – создание не путем отчуждения от тела человека, а путем слияния женских и мужских половых клеток, вторая – является будущим субъектом гражданских прав, это имеет юридическое значение с того момента, когда эмбрион имплантирован в организм женщины.

Список использованных источников:

1. Дружинина Ю.Ф. Правовой режим эмбриона in vitro/ Журнал российского права. – 2017. – № 12. – С.135
2. Минаева М.М. Уголовно-правовая охрана жизни ребенка до и после рождения по законодательству России: автореф. дисс. канд. юрид. наук. – М., 2012. – 27 с.
3. Романовский, Г. Б. Анонимность доноров половых клеток и современное семейное право / Г. Б. Романовский. — Текст: непосредственный // Семейное и жилищное право. — 2010. — № 5. — С. 3–8
4. Федосеева Н.Н., Фролова Е.А. (2008). Проблема определения правового статуса эмбрионов в международном и российском праве // Медицинское право. – 2008. – № 1. – С. 8-14.

Михальченко Елизавета Александровна
Mikhailchenko Elizaveta Alexandrovna,
 Санкт-Петербургский государственный
 экономический университет
 St. Petersburg State University of Economics
 Программа «Маркетинг и цифровые коммуникации»
 Master program “Marketing and digital communications”
 e-mail: mikhailchenko_liza@mail.ru

**ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
 В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ КОРОНОВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ
 INDIVIDUAL MARKETING COMPETENCES IN THE CONDI-
 TIONS OF THE PANDEMIC OF CORONOVIRAL INFECTION**

Статья посвящена проблеме трансформации маркетинговых компетенций у маркетолога на фоне пандемии. Цель исследования – определить степень изменения требований к индивидуальным маркетинговым компетенциям на фоне коронавирусной инфекции. Автором рассмотрены тенденции в профессии «маркетолог» в пост-пандемийное время.

The article is devoted to the problem of transforming marketing competencies in a marketer against the backdrop of a pandemic. The aim of the study is to determine the

degree of change in the requirements for individual marketing competencies against the background of coronavirus infection. The author examines the tendencies in the profession of "marketer" in the post-pandemic time.

Ключевые слова: маркетинг, индивидуальные компетенции, коронавирусная инфекция, маркетолог.

Key words: marketing, individual competencies, coronavirus infection, marketer.

В последние десятилетия мир меняется достаточно быстро под влиянием цифровой экономики, которая диктует новые правила для многих сфер жизни человека. Экономика – ценный ресурс для выполнения прочих, эта сфера окружает нас повсюду, все основные аспекты жизни происходят внутри данной сферы – например, учеба, которая финансируется посредством бюджета, который пополняется налогами от заработных плат, имущества, которое куплено посредством сделки и многие другие сферы также включены в экономику. Но несмотря на это, нашелся более важный фактор изменения привычного порядка вещей – пандемия коронавирусной инфекции.

Инфекция имела свои последствия не только для переболевших ею, врачей и непосредственно связанных с этим людей, но и для тех, кто остался в стороне, как думали они. Из-за локдаунов, которые объявляла страна за страной экономика начала рушиться – ресторанный бизнес, туризм. Но если закрылась одна дверь, то стоит ждать, когда откроется другая, так и в современной ситуации предприниматели стали пересматривать свою политику относительно ведения бизнеса и начинают «резать» бюджеты, те кто остались без заработка перешли в «онлайн».

В момент пандемии для маркетинга встала сложная задача с большими возможностями, с одной стороны, были компании, которые стали экономить абсолютно на всем и начали они с рекламы, для этого было необходимо поменять стратегию ведения бизнеса. С другой стороны компании захотели перейти в онлайн, для чего им была необходима помощь маркетологов, начиная с исследования рынка, заканчивая запуском продукта. В статье будет говориться лишь об индивидуальных маркетинговых компетенциях, которые относятся непосредственно только к одному специалисту, в работе не рассматривается маркетинговая компетентность фирмы.

Целью данного исследования является определить степень изменения требований к индивидуальным маркетинговым компетенциям на фоне коронавирусной инфекции.

Также многие компании поняли необходимость наличие маркетолога в штате сотрудников, который смог бы стать стратегом и обладать смежными компетенциями. Дабы понять спрос работодателей на марке-

тологов, был проведен анализ основных профессий на основе сайта по поиску работу со вакансиями. За сравнительную основу для профессии «маркетолог» были взяты – экономист, юрист, туроператор и врач.



Рисунок 2. Количество открытых вакансий [4]

На рисунке 1 видно, что профессия маркетолога на фоне «прочих» основных профессий имеет высокую степень востребованности. Также на график были выведены такие профессии как врач – особо необходимые люди в нынешней ситуации и туроператор – одна из самых пострадавших от пандемии отраслей. На фоне такого яркого сравнения можно сделать вывод о том, что в маркетологах рынок нуждается гораздо больше, чем в туроператорах несмотря на многочисленные государственные программы по поддержке туристической бизнес-сферы. Требования к соискателем работодатели выдвигают совершенно разные – повышение продаж, опыт работы в метрических программах, таких как «Google Analytics» и «Яндекс. Метрика», работа с рекламой, составление макетов, написание постов и многое другое.

Пандемия показала, что произвести товар – это часть дела, необходимо правильно его преподнести и нужно знать, что производить, чтобы быть востребованными на рынке. С того момента, как все перешли в онлайн формат стало необходимо оформлять аккаунты в социальных сетях гораздо тщательнее и обращать внимание на новые вещи – контекстная реклама, трансляции, оформление сайтов и возможности доставки.

Прежде чем начать говорить о тех компетенциях, которые стали нужны, стоит дать определение компетенции – способность применять

знания, умения и личностные качества для успешной деятельности в определенной области [3]. И принято выделять следующие виды компетенций [2]:

- Компетенции, относящиеся к самому человеку как личности, субъекту деятельности, общения;
- Компетенции, относящиеся к социальному взаимодействию человека и социальной сферы;
- Компетенции, относящиеся к деятельности человека.

Теперь, когда сформировано понимание что такое компетенции и какие они бывают можно рассмотреть те компетенции, которые являются актуальными сейчас, в момент пандемии. Как уже говорилось выше, в момент пандемии многие перешли в онлайн-формат, именно поэтому онлайн-компетенции стали особо востребованными. Существуют компетенции, выделенные британской школой дизайна, которые учитывают онлайн-компетенции [5]:

- Маркетинговые и рекламные активности;
- Продуктовый маркетинг;
- Качественные, количественные и комплексные исследования;
- Креативные коммуникации (SEM, SEO, аффилиаты, рассылки и т.д.);
- Продвижение бренда;
- Ценообразование, бюджетирование;
- Медиапланирование.

Но компетенции не являются классифицированными на основе пандемии коронавирусной инфекции, поэтому их нельзя назвать актуальными в нынешнее время. Тем не менее, эти компетенции на рынке сейчас являются, действительно, нужными, поэтому их подход используется в исследовании, также сейчас популярны такие онлайн-компетенции у маркетолога, как:

- Таргетинг (управление рекламой посредством рекламных кабинетов)
- Копирайтинг (написание постов в социальные сети);
- Визуализация (оформление профиля в социальных сетях);
- Веб-аналитика;
- Администрирование (создание чат-ботов, ответы потребителям) и многое другое.

Данные онлайн-компетенции представлены автором на основе анализа интернет-порталов по поиску работы в сфере маркетинга. Таким образом, если объединить компетенции, предложенные, как автором, так и

британской школой дизайна, то получится перечень индивидуальных компетенций, которые актуальны в эпоху пандемии.

Также можно заметить, помимо профессиональных навыков, которые направлены на ведение аккаунтов в социальных сетях, настройка рекламы и т. д., востребованы и аналитические способности соискателей на должность «маркетолог» - качественные, количественные и комплексные исследования, об этом Багиев Г. Л. написал в статье «Моделирование материально- виртуальных потребительских ценностей и математическая компетентность маркетологов (дизайн – структура – модель – функция – оценка)» [1]. В статье автор разбирает необходимость более совершенной подготовки маркетологов математическим дисциплиной для улучшения их аналитических способностей.

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

1. На фоне пандемии требования к кандидатам перестали быть «классическими», необходимо обладать онлайн-компетенциями, такими как – таргетинг, копирайтинг, веб-аналитика и т. д.;

2. Аналитические компетенции также востребованы, поскольку работодатели не готовы рисковать и тратить бюджеты впустую, о чем работодатели заявляют в требованиях к соискателю на должность «маркетолог»;

3. Профессия «маркетолог» на рынке востребована, но только для тех специалистов, кто готов работать как онлайн, так и оффлайн и постоянно обучаться новым тенденциям.

Исследовательская проблема данной статьи заключается в недостаточности теоретической базы для однозначного решения о том, как именно пандемия повлияла на индивидуальные маркетинговые компетенции, полученные автором выводы лишь частично отражают ситуацию. Перспективы в исследовании влияния пандемии на компетенции достаточно обширны, возможно проведение анализа онлайн-школ, экспертные и глубинные интервью для работодателей и соискателей по профессии «маркетолог». Выявленные тенденции помогут улучшить знания, касательно влияния пандемии на компетенции и сформировать теоретическую базу для более уточненного исследования.

Список использованных источников:

1. Багиев Г. Л. Моделирование материально- виртуальных потребительских ценностей и математическая компетентность маркетологов (дизайн – структура – модель – функция – оценка) / Г. Л. Багиев, Е. Г. Серова // Известия Санкт-Петербургского Государственного Экономического университета. – 2017. – № 1-2 (103). – С. 94 – 100.

2. Зимняя И.А. Ключевые компетентности как результативно-целевая основа компетентного подхода в образовании. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2004.

3. Татур Ю.Г. Компетентный подход в описании результатов и проектировании стандартов высшего профессионального образования: Материалы ко второму заседанию методологического семинара. — М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2004. — С. 16.

4. HeadHunter [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://hh.ru> (дата обращения: 06.04.2020).

5. Британская высшая школа дизайна [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://britishdesign.ru> (дата обращения: 06.04.2020).

Мусорина Виктория Владимировна
Musorina Victoria Vladimirovna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economic

Программа: «Ценные бумаги и производные финансовые инструменты»

Master program "Securities and Financial Derivatives"

e-mail: viktoriamusorina@mail.ru

АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА КОРПОРАТИВНЫХ ОБЛИГАЦИЙ ПО ЗАДАНЫМ КРИТЕРИЯМ

Статья посвящена анализу состояния российского рынка корпоративных облигаций, а так же выявлению перспектив его развития. Оценка проводится через выделенные критерии, которые позволяют проанализировать влияние ряда факторов на спрос и предложение на данном рынке.

The article is devoted to the analysis of the state of the Russian market of corporate bonds, as well as the identification of the prospects for its development. The assessment is carried out through the selected criteria that allow to analyze the influence of a number of factors on supply and demand in a given market.

Ключевые слова: рынок корпоративных облигаций, «длинные» деньги, факторы спроса и предложения, износ основных фондов.

Key words: corporate bond market, long-term money, supply and demand factors, depreciation of fixed assets.

Рынок корпоративных облигаций является важным составляющим элементом рынка ценных бумаг любой страны. В российской экономике в настоящее время остро стоит проблема нехватки длинных денег, которая тормозит развитие реального сектора экономики. При динамичном развитии рынка корпоративных облигаций можно решить

данную проблему, однако для оценки перспектив развития российского рынка корпоративных облигаций, сначала необходимо проанализировать его текущее состояние. Все вышесказанное делает данное исследование в области оценки состояния российского рынка корпоративных облигаций актуальным.

Оценку состояния российского рынка корпоративных облигаций проведем по следующим критериям:

- динамика объема выпущенных корпоративных облигаций;
- анализ структуры рынка корпоративных облигаций по срокам погашения облигаций;
- сравнение средней доходности облигаций со ставкой банковского вклада и ставкой по корпоративному кредитованию;
- структура эмитентов корпоративных облигаций;
- анализ износа основных фондов российских предприятий (для выявления перспектив роста рынка).

Прежде всего, рассмотрим динамику объема краткосрочных (до 1 года) и долгосрочных корпоративных облигаций за последние 5 лет для определения тенденций рынка (рисунок 1).

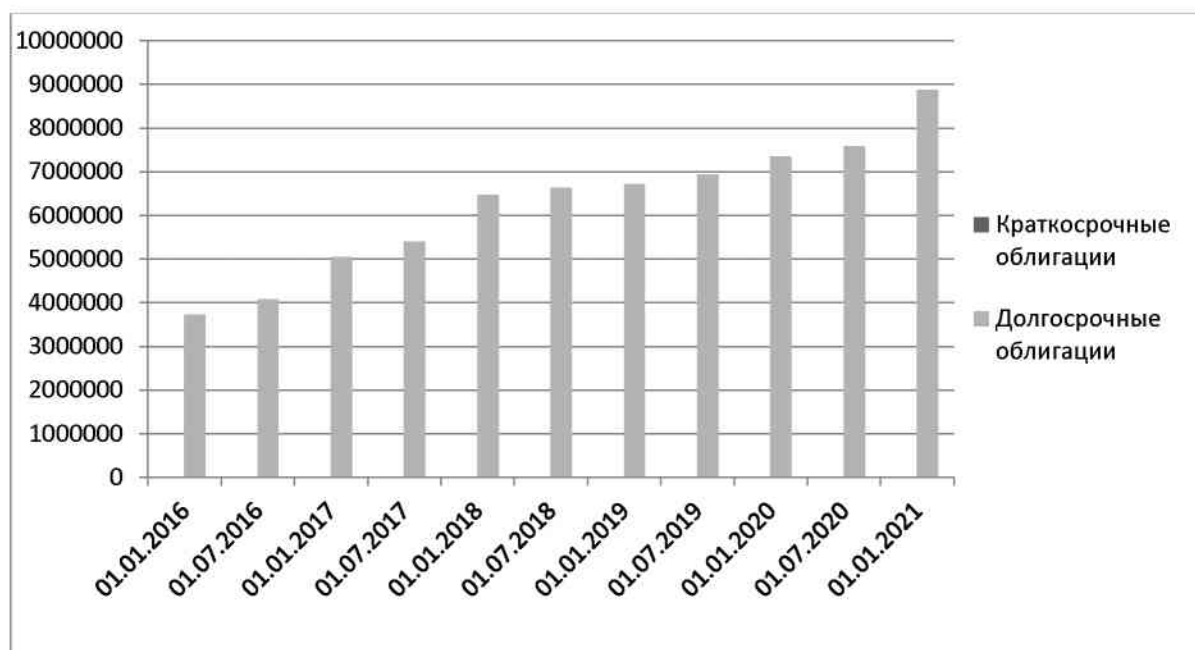


Рисунок 1 – Динамика объема краткосрочных и долгосрочных облигаций в обращении, млн. руб.[3]

На основе представленных данных можно сделать вывод о том, что за период с 2016 по 2020 годы наблюдается увеличение объема корпоративных облигаций, находящихся в обращении и, соответственно, рост рынка корпоративных облигаций, что является положительной тенденцией.

Помимо этого отметим, что в основном компании выпускают долгосрочные облигации, доля же краткосрочных незначительна. В основном привлеченные ресурсы предприятия реального сектора экономики используют для обновления основных фондов.

Обратившись к статистике отметим, что в 2020 году наблюдается резкий рост износа основных фондов (на 11,8 %), что на наш взгляд, можно связать с пандемией коронавируса[1]. В период пандемии пострадало множество отраслей экономики не только в России, но и во всем мире, все экономические силы предприятий уходили на поддержание бизнеса, собственных средств предприятия и привлеченных кредитов на обновление основных фондов не хватало.

Таким образом, в настоящий момент остро стоит проблема нехватки «длинных» денег для обновления основных фондов предприятий. Для решения данной задачи предприятия будут прибегать к выпуску облигаций на длительный срок, что приведет к росту предложения на рынке корпоративных облигаций.

Помимо данного фактора, необходимо отметить, что на потенциальное предложение инструментов заимствования в форме облигационных займов, влияет обстановка на рынке корпоративного банковского кредитования, где вслед за снижением ключевой ставки снижаются проценты по кредитам. С другой стороны, снижение доходности банковских вкладов обуславливает рост спроса на облигации, так как их доходность в данных условиях возрастает.

Рассматривая в сравнении ставку по корпоративным кредитам и доходность по корпоративным облигациям отметим, что стоимость кредита выше, чем плата за использование облигационного займа, следовательно это является аргументом в пользу заимствования ресурсов с открытого рынка. Помимо этого, известно, что небольшим предприятиям трудно получить кредит в банке, поэтому приходится привлекать средства другим способом. Таким образом, два фактора – низкая стоимость (по сравнению с кредитованием) и сложность получения кредитов для многих предприятий, создают стабильно растущее предложение на рынке корпоративных облигаций[5].

Обратившись к статистике можно сделать однозначный вывод о том, что доходность корпоративных облигаций выше, чем доходность по банковским вкладам. Данный фактор оказывает положительное влияние на спрос на корпоративные облигации у инвесторов, так как низкая в последние годы ставка по банковским вкладам не может удовлетворить инвестиционные «аппетиты» населения. В связи с этим спрос на корпоративные облигации каждый год растет.

Для дальнейшего анализа спроса и предложения на российском рынке корпоративных облигаций предлагаем рассмотреть показатели компаний лидеров по доходности облигаций и компаний лидеров по объему размещенных облигаций[2].

Согласно статистике, самая высокая доходность на рынке составляет 17,94 %. Она является крайне высокой для рынка облигаций, а количество размещенных компанией облигаций невелико, это говорит о том, что компании невыгодно размещать большое количество ценных бумаг, так придется платить высокие проценты. В тоже время, это может быть связано и с отсутствием высокого спроса на них, поскольку у эмитента нет кредитного рейтинга, а, следовательно, вложение в их инструменты являются высокорисковыми.

Анализируя лидеров по объему размещенных облигаций можно заметить, что доходность у лидеров рынка заметно ниже доходности компаний, размещающих небольшие выпуски облигаций. Это связано с надежностью компаний, выпускающих большие объемы облигаций. В погоне за спросом они привлекают к себе инвесторов не высокой доходностью, а небольшим уровнем риска.

На основе вышесказанного можно сделать вывод о том, что в настоящее время рынок корпоративных облигаций расширяется – в размещении облигаций участвуют и крупные, и небольшие компании, спрос же существует на облигации всех компаний. Так, агрессивным инвесторам могут быть интересны компании небольших компаний, которые предлагают высокую доходность, а рациональным или консервативным инвесторам – облигации крупных стабильных компаний, которые привлекают невысоким уровнем риска.

Подводя итог всему исследованию можно констатировать что:

- в настоящее время наблюдается рост обращающихся на рынке облигаций и, соответственно, рост самого рынка;
- анализ критериев позволил заметить существующие перспективы для роста предложения и спроса на рынке корпоративных облигаций;
- увеличившийся в связи с пандемией износ основных фондов предприятий и необходимость их обновления может послужить драйвером для развития рынка.

В настоящий момент состояние рынка можно оценить как удовлетворительное с перспективой на динамичный рост. Несмотря на сложную экономическую ситуацию, сложившуюся в мире в связи с пандемией, российский рынок корпоративных облигаций продолжает увеличивать свои объемы, привлекая все больше новых эмитентов и инвесторов.

Список использованных источников:

1. Информационный ресурс Росстат. Степень износа основных фондов на конец года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/14304>
2. Информационный ресурс Финам. Результаты торгов Мосбиржи [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://bonds.finam.ru/trades/today/default.asp?emitter=0&emissions=0&fromDay=31&fromMonth=03&fromYear=2021&toDay=31&toMonth=03&toYear=2021>
3. Официальный сайт Банка России. Выпущенные на внутреннем рынке долговые ценные бумаги [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.cbr.ru/statistics/rcb/#a_54955
4. Официальный сайт Банка России. Средневзвешенные процентные ставки по кредитным и депозитным операциям в рублях без учета ПАО Сбербанк [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.cbr.ru/statistics/bank_sector/int_rat/
5. Официальный сайт Московской биржи. Индекс Мосбиржи корпоративных облигаций [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.moex.com/ru/index/RUCBITR/archive/#!/from=2020-07-01&till=2021-01-01&sort=CLOSE&order=asc>

Некрасова Анна Владимировна

Nekrasova Anna Vladimirovna,

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Учет, анализ и аудит в отраслях экономики»

Master program «Accounting, analysis and auditing in the sectors of the Economy»

e-mail: avladimirovnaa@yandex.ru

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ
НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПРИ НАЛОГОВОМ МОНИТОРИНГЕ
CURRENT PROBLEMS OF INTERNAL CONTROL
AT ENTERPRISES IN TAX MONITORING**

В данной статье раскрыты актуальные аспекты налогового мониторинга, включая его содержание и предпосылки развития с позиции интересов государства и бизнеса. Автором исследованы проблемы внутреннего контроля на предприятиях при налоговом мониторинге и определены направления их решения.

This article reveals the current aspects of tax monitoring, including its content and prerequisites for development from the point of view of the interests of the state and business. The author studies the problems of internal control at enterprises during tax monitoring and determines the directions of their solution.

Ключевые слова: налоговый мониторинг, предпосылки, внутренний контроль, налоговый контроль, налоговое администрирование.

Key words: tax monitoring, prerequisites, internal control, tax control, tax administration.

В течение нескольких последних лет изменяются подходы к организации налогового контроля со стороны Федеральной налоговой службы Российской Федерации (далее ФНС). Среди них можно выделить контрольно-аналитическая работа, направленную на проведение комплексного анализа финансово-хозяйственной деятельности налогоплательщиков на основе применения цифровых технологий без очного участия налоговой службы. Результатом такой работы является отказ от сплошного контроля и переход к выборочному контролю, основанному на критериях риска - риск ориентированный подход. Согласно данным ФНС, в 2020 году с учетом введения моратория на проведение выездных налоговых проверок их количество сократилось на треть относительно 2019 года, что составило 6 тысяч. Что касается контрольных мероприятий, то их проведение принесло в бюджет почти 300 млрд. рублей. При этом благодаря контрольно-аналитической работе - 158 млрд. рублей [3].

Отмечается, что благодаря таким информационно-аналитическим инструментам, как СУР АСК НДС-2 и АИС Налог-3, налоговая служба в online-режиме имеет возможность выявлять максимальные риски и оперативно на них реагировать.

Сокращение выездных налоговых проверок, развитие автоматизированных инструментов контроля направлено, как на повышение эффективности налогового контроля, так и на совершенствование взаимодействия между налоговыми органами и бизнесом. Такое взаимодействие должно обеспечить соблюдение баланса государственных интересов, связанных с полным и своевременным обеспечением поступления налогов, и интересов бизнеса, направленных на его собственное развитие. Для достижения вышеперечисленных задач требуется создание концептуально новой и эффективной системы налогового администрирования, с использованием современных цифровых технологий на основе риск-ориентированного подхода. Такой системой должен стать налоговый мониторинг.

С 01 января 2016 года Федеральным законом «О внесении изменений в часть первую Налогового кодекса Российской Федерации» от 04.11.2014 № 348-ФЗ был введен новый раздел V.2. «Налоговый контроль в форме налогового мониторинга». В нем раскрываются различные аспекты налогового мониторинга, но не дана трактовка данного понятия. Анализ информации других источников литературы позволил разработать собственную трактовку налогового мониторинга. Под данной экономической категорией следует понимать форму осуществления налогового контроля правильности исчисления (удержания), полноты и свое-

временности уплаты (перечисления) налогов, сборов и страховых взносов, проводимого с применением риск-ориентированного подхода и на добровольной основе посредством взаимодействия и предоставления налоговому органу в режиме реального времени удаленного доступа к информационным системам налогоплательщикам и (или) данным бухгалтерского и налогового учета. Отличительными чертами такого определения являются: непрерывное взаимодействие налогового органа и бизнеса, а также риск-ориентированный подход.

Вступление в налоговый мониторинг осуществляется на добровольной основе по заявлению налогоплательщика, но даже добровольно перейти на налоговый мониторинг могут не все организации, а только те, у которых будут выполнены соответствующие критерии. С целью расширения перечня потенциальных участников налогового мониторинга был принят федеральный закон от 29.12.2020 № 470-ФЗ, который с 01.07.2021 года вносит изменения, снижающие в 2 раза суммовой порог для «входа» в налоговый мониторинг и включающие в расчет общей суммы налогов НДФЛ и страховые взносы.

В феврале 2020 года была утверждена Концепция развития и функционирования в Российской Федерации системы налогового мониторинга (далее – Концепция) согласно которой к 2022 году планируется участие не менее 3879 плательщиков, а к 2024 году 7827.

Также в Концепции определены предпосылки развития налогового мониторинга, проанализировав которые были выявлены предпосылки, имеющие отношение к государству и бизнесу (табл. 1).

Таблица 1 - Предпосылки развития системы налогового мониторинга

Предпосылка	Государство	Бизнес
1	2	3
Баланс государственных интересов, связанных с обеспечением поступлений налогов и интересов бизнеса, направленных на их собственное развитие	Своевременность и полнота поступлений налогов в бюджет	Минимизация налоговых рисков и снижение налогового бремени. Получение разъяснений налогового органа в части правильности отражения сделок и их результатов
Снижение административного бремени на основе отказа от налоговых проверок и сокращения сроков проведения мероприятий налогового контроля	Снижение затрат на проведение мероприятий налогового контроля	Отсутствие для большего количества организаций выездных и камеральных налоговых проверок; Сокращение сроков налоговой проверки.

Окончание табл. 1

Предпосылка	Государство	Бизнес
1	2	3
Совершенствование информационного взаимодействия налоговых органов с плательщиками на основе использования современных высокотехнологичных решений	Сокращение ресурсов на обслуживание запросов налогоплательщиков	Сокращение ресурсов на взаимодействие с налоговым органом
Своевременное выявление и анализ рисков для предупреждения нарушений законодательства РФ о налогах и сборах и оперативного урегулирования спорных вопросов в части налогообложения	Своевременность и полнота поступлений налогов в бюджет	Минимизация налоговых рисков
Тщательное понимание бизнес-моделей и отраслевых особенностей деятельности плательщиков	Составление карты рисков отрасли для более эффективного выстраивания налогового контроля за счет риск-ориентированного подхода	-
Повышение профилактического эффекта и предупреждение нарушений законодательства РФ о налогах и сборах для сокращения сроков выявления данных нарушений	Оперативность возврата в бюджет недополученных налогов в связи с выявленными нарушениями	Сокращение штрафов и пеней по результатам проверок
Снижение негативного влияния «человеческого фактора» при проведении налогового контроля	Снижение эффекта «человеческого фактора»	-
Развитие инструментов согласования налоговой базы для снижения количества споров с плательщиками	Своевременность и полнота поступлений налогов в бюджет; Сокращение затрат на судебные расходы.	Минимизация налоговых рисков; Сокращение затрат на судебные расходы.
Сокращение количества документов на бумажном носителе, представляемых в налоговый орган, и мотивирование перехода плательщиков на электронный документооборот	Сокращение времени на анализ и проверку документов (информации) Возможность реализовать автоматические контроли электронных документов в т.ч. Контрольные соотношения с данными регистров и отчетности	Сокращение ресурсов на подготовку документов для предоставления в налоговый орган, а также стимул для полного перехода на ЭДО

Информация таблицы свидетельствует о наличии заинтересованности в проведении налогового мониторинга не только со стороны его инициатора – государства, но и бизнес - структур. Отмечается превентивный характер такой формы налогового контроля, ее непрерывность, направленность на эффективное использование ресурсов обеих сторон, включая временные, стремление к формированию доверительных отношений между налогоплательщиками и институтом налогового администрирования.

Следует отметить, что обязательным условием для вступления в налоговый мониторинг является соответствие системы внутреннего контроля (далее – СВК). В соответствии с п. 7 ст. 105.26 НК РФ для целей проведения налогового мониторинга под СВК понимается совокупность организационной структуры, методик и процедур, утвержденных организацией для:

- упорядоченного и эффективного ведения финансово-хозяйственной деятельности,
- выявления, исправления и предотвращения ошибок и искажения информации при исчислении (удержании) налогов, сборов, страховых взносов, полноты и своевременности их уплаты (перечисления),
- своевременной подготовки бухгалтерской (финансовой), налоговой и иной отчетности организации.

Основной целью исследования был анализ проблем внутреннего контроля экономических субъектов в режиме налогового мониторинга, в результате которого были выделены основные проблемы, с которыми может столкнуться организация (табл. 2)

Таблица 2 - Проблемы системы внутреннего контроля

Компонент	Проблемы
1	2
Контрольная среда	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Отсутствие корпоративной культуры, как задекларированной на бумаге в виде документа, например Кодекса этики, так и в общем понимании работников компании в т.ч. менеджмента (кто мы, зачем мы это делаем, а что мне за это будет и т.д.); ▪ Отсутствие квалифицированных сотрудников на ключевых позициях; ▪ Отсутствие обучения (повышения квалификации) работников компании; ▪ Отсутствие разделения ответственности и полномочий работников, которые обеспечивают функционирование, мониторинг, оценку организации и совершенствование СВК
Выявление и оценка организацией рисков	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Отсутствие инструментов (методик) выявления, оценки и учета рисков компании;

Компонент	Проблемы
1	2
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Отсутствие подразделения или соответствующего персонала, отвечающего за выявление, оценку и документирование рисков; ▪ Отсутствие конечного владельца риска; ▪ Отсутствие матрицы и (или) карты рисков. ▪ Составление отчетных форм по утвержденным форматам ФНС, раскрывающих информацию о рисках
Контрольные процедуры	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Отсутствие КП на всех стадиях бизнес-процесса (операции) – до начала / в процессе / после; ▪ Отсутствие документального описания КП, например методик, инструкций, памяток, регламентов и т.д. в т.ч. оценки их эффективности ▪ Отсутствие владельца контроля (кто в конечном счёте является ответственным за осуществление КП), а так же формальных подход к КП; ▪ Отсутствие автоматизированных КП, все КП в компании осуществляются «ручным» способом; ▪ Наличие большого количества неэффективных КП, которые осуществляются для «галочки» и отсутствие риск-ориентированного подхода к КП; ▪ Отсутствие ротации процессов КП (актуально при наличии подразделения внутреннего контроля); ▪ Отсутствие периодического аудита КП; ▪ Отсутствие матрицы или реестра КП.
Информационная система (ИС)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Несовершенства автоматизации КП, не учитывающей всех особенностей бизнес-процесса (операции); ▪ Отсутствие стратегии цифровизации.
Мониторинг средств контроля	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Отсутствие периодической оценки СВК; ▪ Отсутствие «дорожной карты» / стратегии по совершенствованию СВК

Информация таблицы свидетельствует о наличии регламентируемых требований к системе внутреннего контроля плательщика, в большинстве случаев о необходимости ее совершенствования. Думается, что выявленные нами проблемы системы внутреннего позволяют определить направления ее улучшения.

Список использованных источников:

1. Налоговый кодекс РФ, часть I, часть II [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.nalog.ru/rn77/about_fts/docs/3964206/ (дата обращения 09.04.2021).

2. Приказ ФНС России от 30.05.2007 N ММ-3-06/333@ «Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.nalog.ru/rn77/about_fts/docs/3897151/ (дата обращения 09.04.2021).

3. Стратегическая карта ФНС России на 2021-2023 годы [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.nalog.ru/rn77/about_fts/fts/ftsmission/ (дата обращения 09.04.2021).

4. Сайт Федеральной налоговой службы [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.nalog.ru/rn77/news/activities_fts/10558423/ (дата обращения 09.04.2021).

5. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 21.02.2020 № 381-р «Об утверждении Концепции развития и функционирования в Российской Федерации системы налогового мониторинга» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1100&documentId=5709/> (дата обращения 09.04.2021).

Никонова Алена Александровна
Nikonova Alyona Aleksandrovna,
 Санкт-Петербургский государственный
 экономический университет
 St. Petersburg State University of Economics
 Программа «Управление гостиничным бизнесом»
 Master program “Hospitality management”
 e-mail: alyonanik98@list.ru

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ РЕШЕНИЯ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ В ПОСТКОВИДНЫЙ ПЕРИОД PERSPECTIVE SOLUTIONS FOR THE DEVELOPMENT OF THE HOTEL INDUSTRY IN THE POSTKOVIDE PERIOD

В статье рассмотрены перспективные решения развития гостиничной индустрии в постковидный период. Несмотря на сложную экономическую ситуацию, гостиничный бизнес развивается и подстраивается под внешние условия. Пандемия заставила людей задуматься о безопасности. Поэтому основными трендами развития становятся сокращение личных контактов гостей с персоналом гостиничного предприятия и другими постояльцами. Проблема экологии обостряется из года в год, поэтому гостиничные предприятия также стараются привнести свой вклад в спасение и охране окружающей среды.

The article considers promising solutions for the development of the hotel industry in the postcovidic period. Despite the difficult economic situation, the hotel business is developing and adapting to external conditions. The pandemic has made people think about safety. Therefore, the main development trends are the reduction of live contacts of guests with the staff of the hotel company and other guests. The problem of ecology worsens from year to year, so the hotel companies also try to contribute to the rescue and protection of the environment.

Ключевые слова: инновационная среда, цифровизация, «умные» технологии, экология.

Key words: innovation environment, digitalization, smart technologies, ecology.

Технологии и общество представляют собой динамично-развивающиеся сложные системы. Потребности людей изменяются пропорционально времени и удовлетворить их становится все труднее. Российская гостиничная индустрия включает в себя разнообразные средства размещения: от самых экономных хостелов до лакшери-отелей. Таким образом, одной из важнейших задач для предприятий становится борьба среди конкурентов за клиента. Помимо основных и дополнительных услуг, предлагающихся средствами размещения, ключевым фактором конкурентоспособности становится уровень обслуживания и соблюдение высоких стандартов. Однако потребителя с каждым разом все сложнее удивить. Для того, чтобы решить данную проблему гостиничные предприятия разрабатывают новые решения и создают инновационную среду ориентируясь на анализ целевой аудитории и подстраиваясь под внешние факторы.

В связи с пандемией COVID-19, 2020 год был тяжелым годом для всех сфер деятельности, но особенно для гостиничной индустрии. Путешествия были полностью ограничены локдауном. Однако это значительно повлияло на предоставления услуг. Повысился уровень безопасности путем развития инновационных технологий и цифровизации. Именно это и задало новые тренды в обслуживании. Необходимо было пересмотреть процесс предоставления услуг с учетом минимального контакта гостей между собой.

Одним из перспективных решений для гостиничных предприятий стал доступ в номер без ключа. Для этого гостю понадобится смартфон и индивидуальных код доступа в номер. Самым популярным решением стали электронные замки от компании ASSA ABLOY Global Solutions. Гостиничные предприятия могли полностью кастомизировать замок под свой дизайн. Помимо доступа в номер, через приложение Mobile Access, гости могли поддерживать связь с персоналом и заказывать дополнительные услуги, такие как room service или бронировать посещение SPA.

Компания Crave Interactive является экспертом в создании выдающихся цифровых сервисных решений для гостиничного бизнеса по всему миру. Данные решения увеличивают продажи, сокращают расходы и помогают защитить всех от COVID-19. Crave предоставляет отелям, ресторанам, барам и другим предприятиям, где возможно взаимодействие различные решения, от интеллектуального мобильного заказа и оплаты до многофункциональных гостиничных решений. Услуги могут быть мгновенно доставлены на мобильный телефон гостей с помощью QR-кода или с помощью специальных гостиничных планшетов Crave. Некоторые гостиничные предприятия используют

видео чаты и мессенджеры для контакта гостей и консьержа, тем самым исключая их личное общение.

Хотя Smart TV для всего мира уже не ново, российские гостиничные предприятия не торопились внедрять их. Однако исследования показывают, что антенное телевидение значительно снизил свою популярность. Гости отелей предпочитают смотреть сериалы и фильмы на специализированных площадках доступных только для Smart TV. Таким образом внедрение Smart TV стало перспективным решением развития для гостиничных предприятий и серьезным фактором превосходения конкурентов.

Бренд Crestron предлагает гостиничным предприятием размещение в номере планшета или смартфона, через которые гости смогут настраивать температуру в комнате, контролировать освещение, настраивать будильник или включать музыку. Также с этими задачами способны справиться умные колонки, но на данный период времени они обладают существенным минусом. Разработчики внедряют один язык на котором способно общаться данное устройство. Компания Amazon предлагает умную колонку Alexa, владеющая исключительно английским. Русский язык знают же колонка Алиса от компании Яндекс или Маруся от бренда Mail.ru. Но в любом случае гостиничным предприятиям есть из чего выбрать. В дальнейшем данные предложения могут стать значимыми для гостиничной индустрии.

Основная задача цифровизации – это модифицировать деятельность. Изменяя привычные человечеству вещи можно получить уникальный продукт или услугу. Сейчас набирают свою популярность «умные» зеркала. Данную технологию предложили еще в 2016 году, но на тот момент времени она была неактуальна. Компания Electric Mirror была первой кто разработал Savvy SmartMirror™. В зеркало встроено программное обеспечение Android. Имеется доступ в интернет. «Умные» зеркала актуальны в бизнес-отелях для деловых туристов, так как данная технология позволяет объединять привычные и рутинные дела с работой, например, просмотр рабочей почты во время бритья.

Перспективным решением для рационального использования всего пространства отеля, а особенно незадействованного в период пандемии стали зоны коворкинга. Гостиничные предприятия перестраивали конференц-залы и лобби. Данной зоной могли пользоваться как постояльцы отеля, так и арендовать место не проживающим гостям. Это стало дополнительным доходом для гостиничных предприятий и привлекло новую аудиторию.

С каждым годом значимость проблемы, связанной с экологией возрастает. Анализ туристов показывает, что 67% опрошенных считают, что

экологичность важна для путешествия и большинство из них готовы заплатить дополнительно ради эко-отеля[3]. Таким образом гостиничные предприятия предлагают следующие решения:

-Использование солнечной энергии. Некоторые отели уже устанавливают солнечные батареи на крыше зданий или на прилегающей территории, тем самым затрачивая на 45% меньше электричества.

- Экономия воды. Все больше отелей начали стирать полотенца только по запросу гостя, устанавливают в ваннных комнатах лейки с распылителем, используют воду повторно, например, для полива растений на территории гостиничного предприятия.

-Замена пластика на перерабатываемые материалы. Миниатюрные флакончики заменяют полноразмерными дозаторами и диспансерами, бары отказываются от использования пластиковых трубочек и одноразовых стаканчиков. Воду в номер приносят с стеклянных бутылок, вместо пластиковых.

-Экономия электроэнергии. Установка датчиков движения значительно снижает потребление электричества в гостиничном предприятии, работающим круглосуточно.

-Утилизация отходов. На территории некоторых гостиничных и ресторанных предприятий уже устанавливаются контейнеры для сортировки мусора.

-Удовлетворение потребностей любого гостя. Рестораны при гостиничных предприятиях все больше внимания уделяют меню. Добавляются разделы для вегетарианцев и веганов, указывается содержание лактозы, а также предлагаются постные блюда.

Сейчас отели активно внедряют новые инновации, стараясь внести что-то особенное. Гостиничные бизнес стремительно развивается, не смотря на тяжелые окружающие условия, а наоборот стараясь использовать это на благо.

Список использованных источников:

1. Ильина Е.Л., Латкин А.Н., Саакян Ж.Х. Концепция современного умного отеля / Проблемы и перспективы индустрии гостеприимства, туризма и спорта: сборник статей. Уфа: АЭТЕРНА, 2018. 141 с.

2. Словарь бизнес-терминов. Инновационная среда (2020). Академик [Электронный ресурс]. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/business/19459> (дата обращения: 04.04.2021).

3. Социальный опрос. Статья. [Электронный ресурс] URL: <https://travelvesti.ru/novosti/opros-rajffajzenbanka-33-rossiyan-schitayut-ekologichnost-puteshestvij-sovsem-ne-vazhnoj.html> (дата обращения: 04.04.2021).

Петрицкая Анастасия Валерьевна,
Petritskaya Anastasiya Valerievna,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Проектный менеджмент и управление качеством»
Master program “Project and quality management”
e-mail: petritskaya98@mail.ru

**УПРАВЛЕНИЕ IT-ПРОЕКТАМИ В СФЕРЕ РЕКРУТИНГА,
НАПРАВЛЕННОЕ НА ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ
ЧАСТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**
**IT PROJECT MANAGEMENT IN THE SPHERE OF RECRUITING
AIMED AT INNOVATIVE DEVELOPMENT OF PRIVATE
ORGANIZATIONS**

Первичный отбор кандидатов представляет собой экономически невыгодный, долгий процесс, требующий оптимизации. Однако рынком не представлен универсальный инструмент, позволяющий проводить первичное интервью без непосредственного участия рекрутера. В статье рассмотрены основные проблемы первичного отбора кандидатов, а также приведен инструмент оптимизации скрининга.

The initial selection of candidates is an economically unprofitable and time-consuming process that requires optimization. However, the market does not present a universal tool that allows you to conduct an initial interview without the direct involvement of a recruiter. The article discusses the main problems of the primary selection of candidates, and also provides a screening optimization tool.

Ключевые слова: Рекрутинг, соискатель, скрининг интервью, искусственный интеллект.

Keywords: Recruiting, applicant, screening interview, artificial intelligence.

В настоящее время процесс найма подразумевает просмотр большого количества кандидатов. Опираясь на исследования в области рекрутинга, можно сказать, что 60% времени рекрутера уходит на скрининг резюме, а также первичное собеседование. Однако, большинство из соискателей будут отсеяны после первоначального скрининга [3].

Был проведен анализ существующих методов обработки больших массивов информации рекрутерами, в ходе которого было выявлено, что все существующие методы поиска и обработки информации ограничиваются платформами по поиску соискателей [4]. Такие платформы несущественно экономят время и ресурсы компании на поиск кандидатов, поскольку на платформах размещается большое количество резюме соискателей, претендующих на одну должность. Также для полного анализа всех имеющихся соискателей необходимо задействовать не только одну плат-

форму, что увеличивает время, затрачиваемое на поиск нужного кандидата. Таким образом, существующие платформы не в полной мере решают проблему экономии времени и ресурсов компании при поиске кандидатов.

Также были рассмотрены существующие методы оптимизации процесса первичного интервью. Однако, не было найдено инструмента, позволяющего проводить первичное интервью без непосредственного участия рекрутера. Так, например, использование чат-ботов и анкет частично снимает нагрузку на специалиста, однако, после заполнения анкеты, рекрутеру необходимо оценивать работу соискателя и проводить отсев кандидатов [5].

Поскольку процесс поиска и первичного собеседования занимает значительную часть времени рекрутеров, появляется необходимость в его совершенствовании. Требуется эффективный инструмент, способный оптимизировать процесс первичного отбора кандидатов.

В результате проведенных исследований была выдвинута следующая гипотеза: информационная система с использованием искусственного интеллекта позволит сэкономить время рекрутера и ресурсы компании при поиске, а также первичном отборе соискателей.

Предлагаемое решение представляет собой информационную систему, которая анализирует платформы по подбору персонала, с целью поиска релевантных кандидатов, затем проводит первичный скрининг посредством использования чат-ботов. Так, на основании сходства описания требований вакансии и заявленных резюме, обученная нейронная сеть проводит отбор подходящих кандидатов. Далее система проводит первичный отсев по результатам скрининга и предлагает рекрутеру наиболее подходящих кандидатов. Это позволяет значительно сэкономить время рекрутера не только при поиске кандидатов, но и при проверке ответов первичного скрининга. Однако, это не лишает рекрутера возможности просмотра списка кандидатов на вакансию и ознакомления с результатами тестирования с целью пересмотра решения.

В основе решения лежит алгоритм анализа текста, состоящий из нескольких этапов:

1. Процесс анализа начинается с предобработки текста, а именно удаления пунктуации и междометий, а также лемматизации.

2. Далее происходит пересчет признаков (значимых для вакансии слов) в текстах резюме. Чем реже слово встречается во всех документах, тем больше его вес будет в дальнейшем. Это позволяет провести более качественный отсев кандидатов.

3. В конце массив признаков резюме и вакансий сравнивается при помощи косинусного подобия. Это позволяет понять, насколько резюме перекликается с вакансией.

Так, по данным Газпромбанка, решение позволит сэкономить 88 часов в месяц, а также 72 млн. руб. в год.

Таким образом, предлагаемая технология оптимизирует значительную часть работы рекрутера, а также способна сэкономить не только временные, но и финансовые ресурсы.

Список использованных источников:

1. Азимов Т. А., Безнощук Л. Ю. Эффективное принятие управленческих решений // Молодой ученый. – 2016. – № 10.
2. Гребенюк Т. А. Подбор персонала и рекрутинг // Молодой ученый. – 2016. – № 11. – С. 682-684.
3. Данцева Д. С. Современные методы управления персоналом организации // Молодой учёный. – 2017. – №40.
4. Ермакова А. А. Рекрутинг как элемент системы подбора персонала // Молодой учёный. – 2018. – №12.
5. Яворский Н. К. Цифровые технологии в системе управления персоналом // Молодой учёный. – 2020.– №19.

Петухова Римма Алексеевна
Petukhova Rimma Alekseevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры финансов,
руководитель научного содержания магистерской программы
«Налоги и налогообложение»

candidate of economic Sciences, associate Professor,
associate Professor of the Department of Finance,
head of the scientific content of the master's program
«Taxes and taxation»

E-mail: petuhova_r@mail.ru

Осинная Елена Юрьевна
Osinnaya Elena Yuryevna,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

Программа «Налоги и налогообложение»
Master program «Taxes and taxation»

e-mail: kosuhina2008@mail.ru

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ НАЛОГОВЫХ
ОРГАНОВ И НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКОВ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ
НАЛОГОВОГО МОНИТОРИНГА
IMPROVING THE INTERACTION OF TAX AUTHORITIES AND
TAXPAYERS IN CONDUCTING TAX AUDITS TAX MONITORING**

В статье освещаются принципы налогового мониторинга, сущность налогового администрирования в рамках данной формы налогового контроля, проанализированы основные изменения законодательства о налогах и сборах в части совершенствования взаимодействия налоговых органов и налогоплательщиков при проведении налогового мониторинга.

The article highlights the principles of tax monitoring, the essence of tax administration within this form of tax control, analyzes the main changes in the legislation on taxes and fees in terms of improving the interaction of tax authorities and taxpayers during tax monitoring.

Ключевые слова: информационное взаимодействие, налоговый мониторинг, налоговая проверка, налоговое администрирование, цифровая экономика.

Keywords: informational interaction, tax monitoring, tax audit, tax administration, digital economy.

В настоящее время цифровые технологии используются при совершении экономических, социальных и других операций через интернет. Развитие современной информационной среды путем внедрения электронных платформ и технологий является одним из условий модернизации и цифровизации экономики и направлено на обеспечение ускорения принятия управленческих решений в различных сферах государственного и корпоративного управления. Имплементация налоговыми органами современных ИТ-инструментов в условиях сформированной цифровой среды способна привести к минимизации рисков несоблюдения налогоплательщиками налогового законодательства, максимизировать эффективность налогового администрирования и приблизить показатель налогового комплаенса к 100% [1, с.534]. Внедрение новых информационных технологий в процесс налогового администрирования создает возможность проведения мгновенного получения и анализа данных из всех доступных источников и позволяет применять такую новую форму налогового контроля как налоговый мониторинг.

На протяжении ряда лет ФНС России путем постепенного внедрения новых информационных ресурсов проводит ряд организационных мероприятий [2. С.191-197], что позволило сократить количество выездных налоговых проверок более, чем в 10 раз (с 67,3 тыс. в 2011 г. до 6,1 тыс. в 2020 г.). Следующая задача для ФНС России – внедрение цифровой аналитической платформы, основанной на обработке оркестратором управления данных (первичных деперсонифицированных и персонифицированных, агрегированных и транзакционных) из информационных источников (АИС Налог-3, озеро данных, ФИАС, ЕГР ЗАГС, реестр

МСП, БФО¹, ЕГРН и др.), поступающим посредством различных каналов (Open API, СМЭВ 3.4, блок-чейн, файловый обмен и др.).

Обмен документами (информацией) в электронном виде способствует дальнейшей трансформации как модели ведения бизнеса и бизнес-процессов организаций, так и традиционной концепции налогового контроля. В этом контексте такая форма налогового контроля, как налоговый мониторинг, которую Федеральная налоговая служба реализует с 1 января 2016 года, стала новым инструментом — цифровым будущим налогового контроля [3, с.28].

От давно существующих форм налогового контроля — камеральных и выездных налоговых проверок, налоговый мониторинг отличается тем, что предполагает переход к информационному взаимодействию, обеспечивающему предоставление доступа к содержанию бухгалтерского и налогового учета налогоплательщика в режиме онлайн. Такая форма налогового контроля позволяет сократить сроки по закрытию налогового периода с 4,6 года при проведении налоговых проверок до 1,9 года при осуществлении налогового мониторинга, также способствует снижению административного давления, необходимых трудозатрат и повышению большей прозрачности организаций. Так, при проведении налогового контроля в форме налогового мониторинга количество истребованных документов существенно снижается, что дает возможность налогоплательщику уменьшить издержки. Например, для группы компаний «РЖД» переход с 2019 года на налоговый мониторинг позволил уменьшить количество требований о представлении документов для налоговых целей в два раза (с 16 тыс. в 2018 году до 8 тыс. в 2019 году).

Основной принцип налогового мониторинга основан на разработке надежной и безопасной аутентификации и авторизации для постоянного онлайн-доступа налоговому органу к системам бухгалтерского учета и налоговой отчетности налогоплательщика через интерфейсы прикладного программирования (API). Прямой доступ к экосистемам налогоплательщиков, основанный на риск-ориентированном подходе, внедренном на уровне транзакций, обеспечивает постоянную должную осмотрительность и мониторинг для определения того, могут ли транзакции содержать возникающие риски или признаки раннего предупреждения. В условиях предоставления организациями удаленного доступа к своим учетным системам государственный механизм незаметно встраивается в ИТ-системы налогоплательщика.

¹ Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности внедрен с 2020 года.

Таким образом, в рамках налогового мониторинга налоговое администрирование заключается в:

- добровольном корпоративном подходе к соблюдению налогового законодательства;
- непрерывном мониторинге, что повышает налоговую определенность и уменьшает потребность в камеральных и выездных проверках;
- онлайн-доступе ко всем транзакциям и исходным документам;
- факторном анализе налогооблагаемой базы, что помогает выявить скрытое уклонение от уплаты налогов и повысить собираемость налогов.

В ходе XII Пленарного заседания Форума по налоговому администрированию (FTA) ОЭСР, который состоялся в режиме онлайн-конференции 7-8 декабря 2020 года, налоговый мониторинг признан примером лучшей международной практики по выстраиванию цифрового взаимодействия между государством и бизнесом [4, с.1]. Участники заседания отметили, что технологии «бесконтактной» работы с налогоплательщиками в режиме реального времени – основа налогового администрирования будущего [4, с.1].

За 5 лет проведения налогового мониторинга в России количество участников увеличилось в 30 раз. В 2021 году в отношении 209 компаний из 15 отраслей экономики осуществляется налоговый мониторинг.

Правительством России в феврале 2020 года утверждена «Концепция развития и функционирования в Российской Федерации системы налогового мониторинга» [5] (далее – Концепция), в которой определены основные направления ее развития: создание системы обязательных актуализированных требований, усовершенствование информационного взаимодействия и автоматизация процессов налогового мониторинга с учетом риск-ориентированного подхода и современного уровня технологического развития.

После вступления в силу Федерального закона от 29 декабря 2020 года № 470-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации о налогах и сборах» (далее – Федеральный закон) будут реализованы некоторые направления развития системы налогового мониторинга, предусмотренные Концепцией, например, развитие технологии расширенного информационного взаимодействия между организациями и налоговыми органами.

Главные изменения с 1 июля 2021 года, касающиеся совершенствования налогового мониторинга в части взаимодействия налоговых органов и налогоплательщиков:

- отсутствие оснований проведения камеральных проверок для организаций, в отношении которых проводится налоговый мониторинг;
- при проверке декларации по НДС с заявленной суммой налога к возмещению, декларации по акцизам с заявленной суммой акциза к возмещению, уточненной налоговой декларации, представленных при проведении налогового мониторинга, принят новый порядок проведения мероприятий налогового контроля, с целью сокращения расходов организаций;
- уточнение срока проведения налогового мониторинга при исключении оснований для проведения камеральной налоговой проверки и порядка продления срока налогового мониторинга при проверке уточненной налоговой декларации (расчета);
- осуществление представления в налоговые органы документов или их копий, подготовленных через удаленный доступ налоговых органов к информационным системам компаний;
- уточнение порядка осуществления налогового мониторинга в части направления предварительного уведомления о наличии оснований для составления мотивированного мнения в целях предоставления компаниям, в отношении которых осуществляется налоговый мониторинг, дополнительной возможности для представления пояснений или добровольного уточнения налоговых обязательств в отношении факта нарушений.

За периоды, начиная с 2024 года, отменяется способ информационного взаимодействия организаций с налоговыми органами по телекоммуникационным каналам связи для перехода на 100-процентную интеграцию с информационными системами организаций при проведении налогового мониторинга [7, с.1]. Также с 2024 года предусмотрено автоматическое истребование отсутствующих документов у организаций, в отношении которых будет проводиться налоговый мониторинг, через их информационные системы.

В рамках реализации положений Федерального закона ожидается принятие новых форм и форматов представления документов, которые применяются при осуществлении налогового мониторинга, в связи с тем, что формы документов требуют стандартизации (внедрение перехода к машиночитаемым форматам и отказ от существующего бумажного документооборота). ФНС России 8 апреля 2021 года опубликованы приказы [8, 9], где разработаны форматы XML и PDF/A3 для документов, представляемых в рамках налогового мониторинга, в целях отражения и проверки электронных документов в информационной системе налогового органа. Автоматические процедуры информационного взаимодействия

обеспечат минимальные риски совершения ошибок, исключая человеческий фактор, при вводе документов (информации).

Дальнейшее совершенствование налогового мониторинга, предусмотренное Федеральным законом, основано на применении современных информационных технологий, побуждении организаций к технологическому совершенствованию своих информационных (учетных) систем и улучшению системы внутреннего контроля, что позволит повысить уровень взаимодействия налогоплательщиков и налоговых органов.

Список использованных источников:

1. Петухова Р.А. Развитие международного обмена налоговой информацией в процессе деофшоризации экономики // Промышленная политика в цифровой экономике: проблемы и перспективы (ЭКОПРОМ-2017): труды научно-практической конференции с зарубежным участием 16-17 ноября 2017 г./ Под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина: Изд-во Политехнического Университета, 2017. С. 530-537.
2. Петухова Р.А., Сладкова Е.В. Совершенствование налогового администрирования с учетом мировой практики применения современных информационных технологий // Инновационное развитие экономики. Научно-практический и теоретический журнал. № 2(38) -2017, март-апрель. С. 191-197.
3. Егоров Д.В. Налоговый мониторинг — цифровое будущее налогового контроля // Бюджет, - № 1 (181) — 2018. С. 28-31[электронный ресурс] // Сайт Научной электронной библиотеки - URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_37233178_21901986.pdf – (дата обращения 15.04.2021).
4. Налоговый мониторинг назван лучшей международной практикой цифрового взаимодействия между государством и бизнесом [Электронный ресурс]// Сайт Федеральной налоговой службы – URL: https://www.nalog.ru/rn77/news/international_activities/10271430/ – (дата обращения 15.04.2021).
5. Концепция развития и функционирования в Российской Федерации системы налогового мониторинга: Распоряжение Правительства РФ от 21.02.2020 № 381-р.
6. О внесении изменений в часть первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации о налогах и сборах: Федеральный закон от 29 декабря 2020 года № 470-ФЗ.
7. Президент Российской Федерации подписал закон о совершенствовании системы налогового мониторинга [Электронный ресурс]// Сайт Федеральной налоговой службы – URL: https://www.nalog.ru/rn77/news/activities_fts/10368131/ – (дата обращения 15.04.2021).
8. Об утверждении форм документов, используемых при проведении налогового мониторинга, и требований к ним: Приказ ФНС России от 21.04.2017 N ММВ-7-15/323@.
9. Об утверждении Требований к организации системы внутреннего контроля: Приказ ФНС России от 16.06.2017 N ММВ-7-15/509@

Плешиц Анна Олеговна
Pleshchits Anna Olegovna,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Анализ данных в экономике»
Master program “Data analysis in economics”
e-mail: pleshchits@gmail.com

**СТРЕСС-ТЕСТИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ
ПРОГНОЗИРОВАНИЯ И МОДЕЛИРОВАНИЯ ДЕЛОВОЙ
АКТИВНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА**
**STRESS TESTING AS A TOOL FOR FORECASTING
AND MODELING THE BUSINESS ACTIVITY OF INDUSTRIAL
ENTERPRISES IN ST. PETERSBURG**

Данная статья посвящена проведению стресс-тестирования на основе результатов оперативного обследования деловой активности для анализа возможных сценариев развития экономики Санкт-Петербурга, связанного с провоцированным шоком спроса и предложения под воздействием кризиса, вызванного COVID - 19.

This article is devoted to the calculation of stress testing based on the results of an operational survey of business activity to analyze possible scenarios for the development of the St. Petersburg economy associated with shock of supply and demand which was provided by coronavirus crisis.

Ключевые слова: корона-кризис, стресс-тестирование, экономика, VAR-модель, временные данные, обследование деловой активности.

Key words: coronavirus- crises, stress testing, economics, VAR-model, time data, business survey.

Возникшая в 2020 году коронавирусная инфекция (COVID-19) стала основной причиной современного кризиса, который получил название корона-кризис. Из-за пандемии главным вопросом внутренней политики правительств всех стран стало восстановление экономики от его последствий, к тому же, передовые страны мира делают все, чтобы предотвратить наступление новой волны. По этой причине одной из актуальных задач современности является разработка и распространение вакцин от данной инфекции и от всех ее возможных мутаций.

На период пика распространения коронавирусной инфекции на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области были введены режимы ограничений, которые, в частности, были связаны с приостановкой производства продукции, товаров и услуг (за исключением продукции первой необходимости) [3, 4]. Принятые меры сопоставимы с эффектами

шока, часто встречающимся в финансовой сфере. В данном случае целесообразно рассматривать эффекты шока спроса и производства [1].

Сокращение конечного потребления в России в 2020 году может составить от 4,9 до 10,5 трлн руб. [2]. Наибольшему влиянию был подвержен сектор услуг, розничной и оптовой торговли, промышленности и финансовый сектор [1].

Для государственной статистики актуальной становится задача проведения конъюнктурных обследований, позволяющих выявлять скорость преодоления негативных последствий пандемии.

Целью данной работы является анализ разработанных методик стресс-тестирования и результатов расчетов на их основе по данным конъюнктурных обследований. По данным проводимого Росстатом и его территориальными органами (ТОГС) ежемесячного обследования деловой активности предприятий промышленного сектора, были разработаны индексы, описывающие состояния спроса, производства, финансов компании и общей экономической ситуации. Посредством методологии стресс-тестирования и анализа временных рядов с применением байесовской модели векторной авторегрессии (BVAR) была рассчитана возможная реакция экономики в области спроса и производства.

В качестве эмпирической базы были взяты результаты формы федерального статистического наблюдения № 1-ДАП «Обследование деловой активности организаций добывающих, обрабатывающих производств, осуществляющих обеспечение электрической энергией, газом и паром, кондиционирование воздуха» - предоставленная Петростатом обезличенная первичная база данных предприятий, по которым автором статьи, опираясь на методологические указания Росстата, были рассчитаны индексы по предприятиям обрабатывающих производств (раздел С классификатора видов экономической деятельности ОКВЭД2), были построены композитные индексы методом главных компонент и проведена их нормировка к 100 процентам. Каждый индекс имеет следующие составляющие:

1) Индекс спроса предприятий обрабатывающих производств: текущие и ожидаемые оценки общего уровня спроса на производимую предприятием продукцию; текущие и ожидаемые оценки уровня спроса на производимую предприятием продукцию на внешнем рынке (экспортный портфель заказов);

2) Индекс производства предприятий обрабатывающих производств: текущие и ожидаемые оценки выпуска производимой предприятием продукции; текущие оценки запасов готовой продукции, производимой предприятием; ожидаемые оценки общей экономической ситуации.

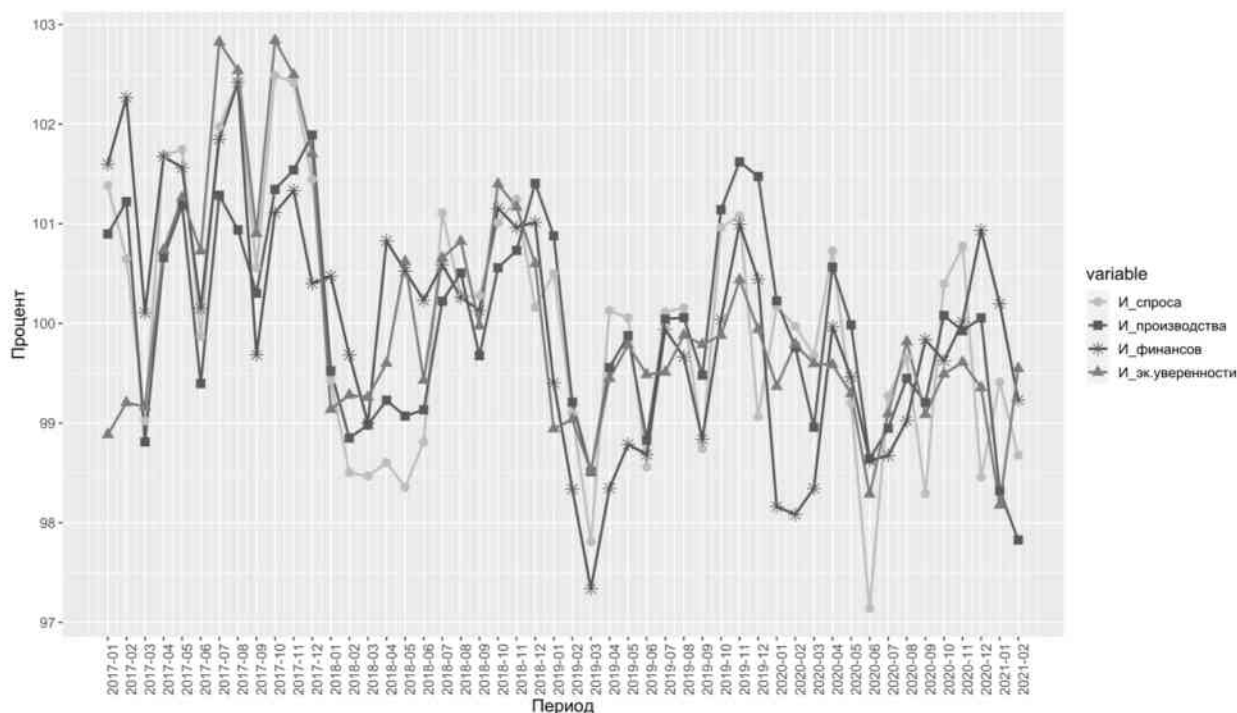
3) Индекс финансовых средств предприятий обрабатывающих производств: текущие и ожидаемые оценки динамики собственных финансовых средств; текущие и ожидаемые оценки динамики кредитных и заемных финансовых средств; оценка общей экономической ситуации текущего месяца по сравнению с предыдущим.

4) Индекс экономической уверенности предприятий обрабатывающих производств: текущие и ожидаемые оценки обеспеченности численностью занятых на предприятии; текущие и ожидаемые изменения уровня прибыли на предприятии.

Динамика полученных индексов за период с января 2017 по февраль 2021 года в помесечной разбивке представлена на рисунке 1.

Из графического представления данных отчетливо видно, что в рядах прослеживается тенденция, а также присутствует наличие сезонной и случайной составляющих.

На первоначальном этапе исследования полученных индексов проводилась проверка рядов на стационарность, так как данный этап является одним из важнейших условий построения VAR модели. Для оценки стационарности был рассчитан коэффициент Дики-Фуллера (ADF-тест). Ввиду наличия в данных сезонной составляющей, она была исключена для более корректного расчета ADF-теста. По результатам тестирования все рассчитанные индексы оказались стационарными, а следовательно, допустимыми для построения VAR модели.



Динамика индексов спроса, производства, финансов и экономической уверенности, в процентах

Для оценки причинности и связности индексов спроса и предложения с другими разработанными индексами, был рассчитан тест на причинность по Грэнджеру. Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Результаты теста на причинность по Грэнджеру

Индекс	p-value	Вывод
Спроса и производства	0,0148	Присутствует связность на 5 %-ом уровне значимости
Финансовых средств и спроса	0,0079	Присутствует связность на 5 %-ом уровне значимости
Финансовых средств и производства	0,0694	Связность отсутствует
Экономической уверенности и спроса	0,2389	Связность отсутствует
Экономической уверенности и производства	0,6368	Связность отсутствует

Исходя из результатов таблицы 1 можно сделать вывод о том, что согласно тесту Грэнджера, связность присутствует только с показателями спроса и производства, финансовых средств и производства, следовательно комбинации между другими показателями рассматривать нет необходимости.

На этапе построения VAR моделей были построены следующие модели: влияния индекса спроса и индекс финансов (VAR (2,0)), а также влияния индекса спроса и индекса производства (VAR (1,0)). Обе модели были выбраны исходя из значения коэффициента Акаике.

Наиболее подходящей BVAR моделью и для модели влияния индекса спроса и индекс финансов, и для индекса спроса и индекса производства стала модель с лагом, равным 2. Данное решение было принято исходя из значения критерия Акаике.

Для оценки наилучшего уравнения регрессии для каждой пары моделей были рассчитаны значения критерия Дарбина-Уотсона, в результате которых для модели влияния индекса спроса и индекса финансов наилучшей оказалась модель VAR (2,0): DW для модели VAR = 1,594, т.е. подтверждено нахождение в зоне отсутствия автокорреляции остатков; DW для модели BVAR = 1,349, т.е. находится в зоне отклонения нулевой гипотезы, что говорит о наличии автокорреляции остатков. Обе модели индекса спроса и индекса производства оказались неприемлемыми для интерпретации и построения прогнозов, так как значения критерия Дарбина -Уотсона для VAR (1,0) и BVAR

находятся в зоне наличия положительной автокорреляции остатков (DW равны 0,319 и 1,08, соответственно).

Таким образом, полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что значения индексов спроса и финансов имеют тесную связность, а также значения текущего периода зависят от предыдущих двух значений.

Исходя из результатов анализа шока спроса по полученной модели, можно сделать вывод о том, что шок, произошедший в текущем месяце, окажет в наибольшей степени влияние на индекс финансов в текущем и последующем месяцах. То есть шок имеет краткосрочную перспективу воздействия.

Результаты полученного анализа позволяют рассмотреть возможные реакции, связанные с возникновением кризисных тенденций, в частности, из-за корона-кризиса. Такого рода анализ целесообразно проводить не только на макроуровне, но также и на микроуровне.

Полученные выводы подтверждаются практическими данными: из-за возникшего шока, связанного со спросом на продукцию, предприятие будет меньше производить и отгружать свою продукцию. Следовательно, будут сокращаться собственные финансовые средства и возрастать кредитные (при наличии). Именно по этой причине в период пика корона-кризиса одной из актуальных мер государства было предоставление льготного кредитования, которое могло препятствовать росту заемных средств (в первую очередь за счет снижения процентов по кредиту), а также способствовать предотвращению возникновения задолженности по кредитам (с дополнительной процентной ставкой), что также могло провоцировать дополнительный рост заемных средств для погашения текущих задолженностей.

Список использованных источников:

1. Dun & Bradstreet. Business Impact of the Coronavirus. 2020. URL: https://www.dnb.com/content/dam/english/economic-and-industry-insight/DNB_Business_Impact_of_the_Coronavirus_US.pdf;

2. Мониторинг экономической ситуации в России: тенденции и вызовы социально-экономического развития. № 9 (111). Апрель / Под ред. Гуревича В.С., Дробышевского С.М., Колесникова А.В., Мау В.А., Синельникова-Мурылева С.Г.; Институт экономической политики имени Е.Т. Гайдара, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 2020. URL: http://www.iep.ru/files/text/crisis_monitoring/2020_9-111_April.pdf;

3. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 13.03.2020 № 121 «О мерах по противодействию распространению в Санкт-Петербурге новой коронавирусной инфекции (COVID-19)»;

4. Постановление Правительства Ленинградской области от 28.03.2020 № 160 «О реализации Указа Президента Российской Федерации от 25 марта 2020 года № 206».

Подуфалова Валерия Андреевна
Podufalova Valeria Andreevna,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Налоги и налогообложение»
Master program «Taxes and taxation»
e-mail: Podufalova1098@mail.ru

**НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ПОНЯТИЮ
«НАЛОГОВЫЕ РИСКИ ОРГАНИЗАЦИИ»
NEW APPROACHES TO THE CONCEPT
OF «TAX RISKS OF AN ORGANIZATION»**

Внедрение современных цифровых технологий в процесс налогового администрирования, с одной стороны, обеспечивает качественную трансформацию взаимодействия налоговых органов и налогоплательщиков, с другой стороны – порождает новые факторы возникновения налоговых рисков организации. В статье проведен анализ трактовки понятия «налоговый риск», осуществлена классификация факторов возникновения налоговых рисков организации и определена их трансформация в условиях цифровизации экономики. Установлено, что рациональное управление налоговыми рисками организации требует четкой идентификации факторов их возникновения.

The introduction of modern digital technologies in the process of tax administration, on the one hand, provides a qualitative transformation of the interaction of tax authorities and taxpayers, on the other hand, generates new factors of the tax risks of the organization. The article analyzes the interpretations of the concept of "tax risk", classifies the factors of occurrence of tax risks of the organization and determines their transformation in the conditions of digitalization of the economy. It is established that the rational management of tax risks of the organization requires a clear identification of the factors of their occurrence.

Ключевые слова: налоговый риск, информационные технологии, управление налоговыми рисками, факторы возникновения налогового риска.

Keywords: tax risk, information technologies, tax risk management, tax risk factors.

Стремительное развитие информационных технологий и их повсеместное внедрение в процессы жизнедеятельности субъектов экономики способствует активной трансформации их взаимоотношений, в том числе в области налогообложения. С одной стороны, цифровые новации обеспечивает качественную трансформацию взаимодействия налоговых органов и налогоплательщиков, с другой стороны – порождают и новые факторы возникновения налоговых рисков.

Вопросы, связанные с налоговыми рисками, формируют особую почву для размышлений современных авторов, а сам термин «налоговый риск» все чаще встречается в трудах современников. По нашему мнению,

данный факт обусловлен внедрением современных, быстро меняющихся трендов цифровизации, главными из которых являются следующие:

- рост числа пользователей сети Интернет;
- трансформация традиционных отраслей экономики;
- развитие цифровых платформ;
- использование большого объема данных;
- развитие робототехники;
- развитие рынка криптовалют

При этом, несмотря на широко возрастающий интерес к данному вопросу, определение понятия «налоговый риск» до сих пор не закреплено на законодательном уровне и не имеет какой-либо единой трактовки. Сложившаяся ситуация приводит к возникновению трудностей на пути создания оптимальной системы управления и минимизации налоговых рисков.

Ввиду вышесказанного рассмотрим и проведем анализ современных подходов российских авторов к определению понятия «налоговый риск».

Многие российские авторы определяют термин «налоговый риск» только с точки зрения налогоплательщиков, говоря о том, что налоговые риски – это определенные финансовые потери хозяйствующего субъекта. Такого мнения придерживаются Тихонов Д. Н. и Липник Л. Г., заявляя: «Налоговый риск – это возможность для налогоплательщика понести финансовые и иные потери, связанные с процессом уплаты и оптимизации налогов, выраженная в денежном эквиваленте» [11, с.105].

Другие рассматривают изучаемый термин всеобъемлюще: как с позиции налогоплательщика, так и с позиции государства. Например, Цыркунова Т.А. и Мигунова М.И. в статье «Налоговые риски: сущность и классификация» определяют налоговый риск в качестве опасности для субъекта налоговых правоотношений понести финансовые (и иные) потери, связанные с процессом налогообложения, вследствие негативных отклонений для данного субъекта от предполагаемых им, основанных на действующих нормах права, состояний будущего, из расчета которых им принимаются решения в настоящем, или возможность получения дополнительной выгоды (дохода) в результате позитивных отклонений [12, с.49].

Схожий подход к трактовке налогового риска имеет Пинская М. Р., определяя налоговый риск как вероятность (угрозу) доначисления ему налогов (сборов), пеней и штрафов в ходе налоговой проверки из-за возникших разногласий между налогоплательщиками и налоговиками в трактовке налогового законодательства, которая может обернуться для хозяйствующего субъекта действительным возрастанием налогового бремени [7, с. 44].

Пансков В. Г. в своих работах раскрывает налоговый риск в качестве вероятности возрастания налоговой нагрузки и соответственно снижения финансового потенциала налогоплательщика [5, с. 75].

Помимо прочего следует отметить, что преимущественное большинство авторов раскрывают понятие «налоговый риск» посредством идентификации факторов, являющихся источниками возникновения налоговых рисков. На наш взгляд, данный подход выступает наиболее рациональным, поскольку эффективность управления налоговыми рисками во многом определяется степенью точности их классификации и сопутствующей идентификации с целью сокращения финансовых потерь и вероятности недополучения экономических выгод хозяйствующим субъектом.

Представим наиболее распространенную классификацию таких факторов на рисунке 1.



Рисунок 1 – Классификация факторов, определяющих налоговые риски организации

На данном этапе можем отметить, что на протяжении долгого времени основными факторами возникновения налоговых рисков у налогоплательщиков следовало считать изменение налогового законодательства, ошибочную его интерпретацию и ухудшение финансовых показателей деятельности организации.

Сейчас, когда цифровые технологии внедрены практически на каждом этапе жизнедеятельности субъектов экономических отношений, число таких факторов существенно возрастает, а вместе с тем возрастает и необходимость расширения их классификации.

Так, в исследовании Синенко О.А. [9, с.16] представлена новая классификация налоговых рисков, построенная с учетом влияния цифровизации, в основу которой положены критерии, разработанные Пансковым В. Г. [5, с. 75].

Классификация налоговых рисков налогоплательщиков в России, сформированная Синенко О.А., позволяет выделить и новые факторы их возникновения в условиях цифровизации экономики (рис. 2).

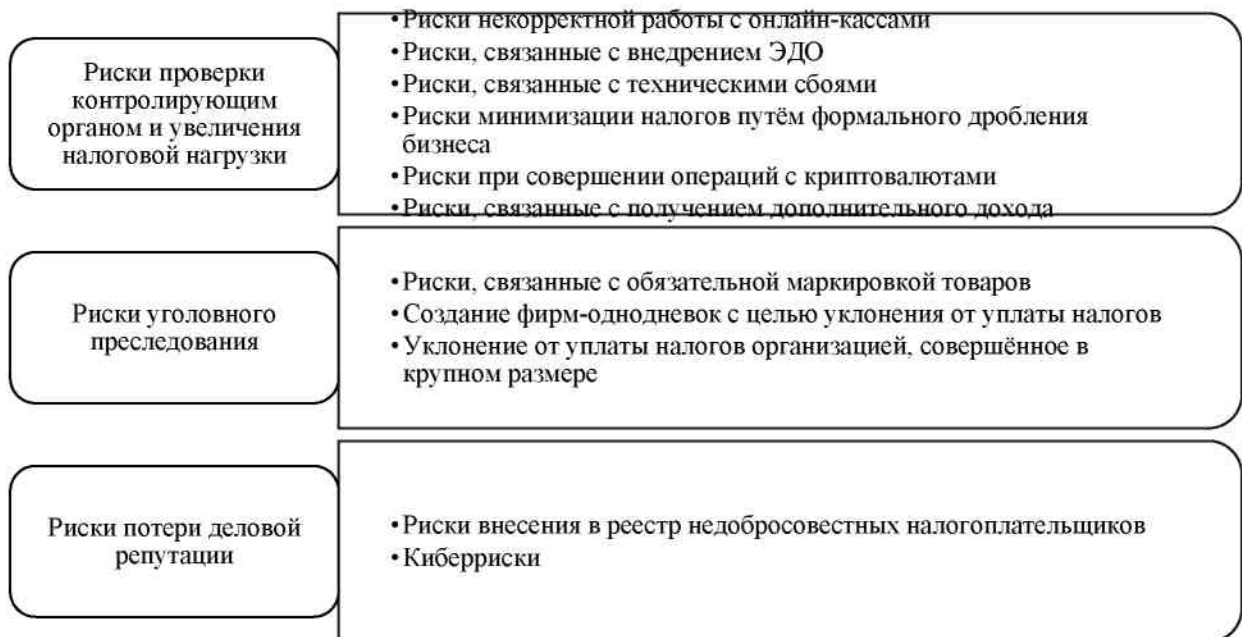


Рисунок 2 – Классификация налоговых рисков организации

Цифровые новации в экономике, обусловленные повсеместным распространением новых бизнес-моделей и способов извлечения дохода, виртуализацией товарно-денежных отношений, цифровизацией отраслей экономики и систем налогового контроля требуют открытия новых решений и поиска, разработки оптимальной системы управления и минимизации налоговых рисков, темп роста числа которых прямо пропорционален темпу роста числа новых факторов их возникновения. При этом, несмотря на столь стремительную трансформацию экономики, законодательная база до сих пор не содержит единого определения понятия «налоговый риск», как уже было отмечено ранее. По-нашему мнению, построение оптимальной системы управления и минимизации налоговых рисков должно осуществляться на основе имеющейся законодательной базы.

Помимо прочего, проведённое исследование налоговых рисков в условиях цифровой трансформации обосновывает необходимость преобразования налогового администрирования. Решение проблемы оптимизации налоговых рисков, по нашему мнению, требует постоянного мониторинга появляющихся новых налоговых рисков и возможно только в комплексе с переходом на новый уровень доверия между налоговыми органами и налогоплательщиками.

Результатом проведенного исследования явились следующие выводы:

1. Подтверждена необходимость закрепления единой трактовки понятия «налоговый риск» на законодательном уровне. Установлено, что создание оптимальной системы управления и минимизации налоговых рисков затруднено неточностями и пробелами нормативно-правовой базы в условиях стремительной трансформации экономики.

2. Определено, что переход на качественно новый уровень системы налогового администрирования в условиях появления все большего числа факторов возникновения налоговых рисков возможен только в условиях их постоянного мониторинга и высокой степени доверия между участниками налоговой системы.

Список использованных источников:

1. Арсаева И. Л., Дельмиханова Х. А., Педаева И. М. Налоговый контроль в условиях цифровизации экономики России // StudNet. – 2021. – №1.
2. Гончаренко Л.И., Малкова Ю.В., Адвокатова А.С. Актуальные проблемы налоговой системы в условиях цифровой экономики // Экономика. Налоги. Право. – 2018. – № 2. – С. 166-172.
3. Евстигнеев Е. Н. Основы налогового планирования. – СПб.: Питер, 2004. – 288 с.
4. Зверева Т.В. Актуальные вопросы минимизации налоговых рисков в условиях цифровой экономики // Вестник ТГУПБП /Таджикский государственный университет права, бизнеса и политики, 2018. – № 1. – С. 95-102.
5. Пансков, В. Г. Налоговые риски: проявление и возможные пути минимизации // Экономика. Налоги. Право. – 2013. – № 4. – С. 74-80.
6. Петухова Р.А., Григорьева Я.А. Налоговое администрирование в условиях цифровой экономики // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2019. – № 46. – С. 303-313.
7. Пинская М. Р. Налоговый риск: сущность и проявления // Финансы. – 2009. – №2. – С. 43-46.
8. Селюков М.В. Исследование концептуальных положений налоговой политики как базового регулятора налогового механизма // Управленческий учет. – 2017. – № 4. – С. 60-70.
9. Синенко О. А. Налоговые риски в условиях цифровизации экономики // Азиатско-Тихоокеанский регион: экономика, политика, право. – 2020. – №3. – С. 15-32.

10. Суглобов, А.Е. Основы налогового планирования: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Экономика» / А.Е. Суглобов, М.И. Мигунова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 247 с.

11. Тихонов Д. И., Липник Л. Г. Налоговое планирование и оптимизация налоговых рисков. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 253 с.

12. Цыркунова Т.А., Мигунова М. И. Налоговые риски: сущность и классификация // Финансы и кредит. – 2005. – №33 (201). – С. 48-52.

13. Щекин Д. М. Налоговые риски и тенденции развития налогового права. – М.: Статут, 2007. – 240 с.

Привезенцев Андрей Александрович

Privezentsev Andrey Aleksandrovich,

Санкт-Петербургский государственный

Экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Социальное управление в организации»

Master program “Social management in the organization”

e-mail: motttel37@gmail.com

**АНАЛИЗ ПРИЧИН САМОВОЛЬНЫХ УХОДОВ ПОДРОСТКОВ
ИЗ СОЦИАЛЬНО-РЕАБИЛИТАЦИОННЫХ ОТДЕЛЕНИЙ
ДЛЯ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ
ANALYSIS OF THE REASONS OF ADOLESCENT CARE FROM
SOCIAL-REHABILITATION DEPARTMENTS FOR MINORS**

В статье рассмотрен один из социальных рисков, актуальных для подростков, получающих социальные услуги в стационарной форме социального обслуживания. Для эффективного решения проблемы самовольных уходов среди подростков стратегически важно проводить анализ причин.

The article examines one of the social risks that are relevant for adolescents receiving social services in a stationary form of social services.

In order to effectively address the problem of unauthorized leaving among adolescents, it is strategically important to conduct a cause analysis.

Ключевые слова: Стратегия, социальный риск, безнадзорность, самовольный уход, социальная работа, подростки, Санкт-Петербург.

Key words: Strategy, social risk, neglect, unauthorized leaving, social work, adolescents, St. Petersburg.

Приоритетной задачей в Российской Федерации в сфере воспитания детей является развитие высоконравственной личности, разделяющей российские традиционные духовные ценности, обладающей актуальными знаниями и умениями, способной реализовать свой потенциал в

условиях современного общества, готовой к мирному созиданию и защите Родины [1].

В данной работе рассмотрен один из актуальных социальных рисков, затрагивающий не только подростков из числа имеющих признаки девиантного поведения, но и тех, кто транслирует здоровые формы взаимодействия с окружающим миром.

В Санкт-Петербурге понятие самовольный уход - «добровольное, самовольное (тайное или явное) оставление семьи или государственной организации; отсутствие несовершеннолетнего в течение одного часа с момента установления факта его отсутствия, либо с момента наступления времени, оговоренного (установленного) для возвращения» [2].

Проблема совершения самовольных уходов в нашем городе требует постоянного изменения вектора к подходу взаимодействия не только специалистов социальной сферы, но и всех субъектов профилактики. Изучение причин позволит адаптировать технологические подходы, которых направлена на реабилитацию деструктивных подростков, для снижения данного вида отклонения.

Согласно аналитическим данным, предоставленными ГБУ «Центр семьи», за период 2018-2020 зафиксированных случаев самовольных уходов было совершено 43 (2018-17 (из 25 н/л), 2019-25 (из 31 н/л), 2020-1 (из 18 н/л)).

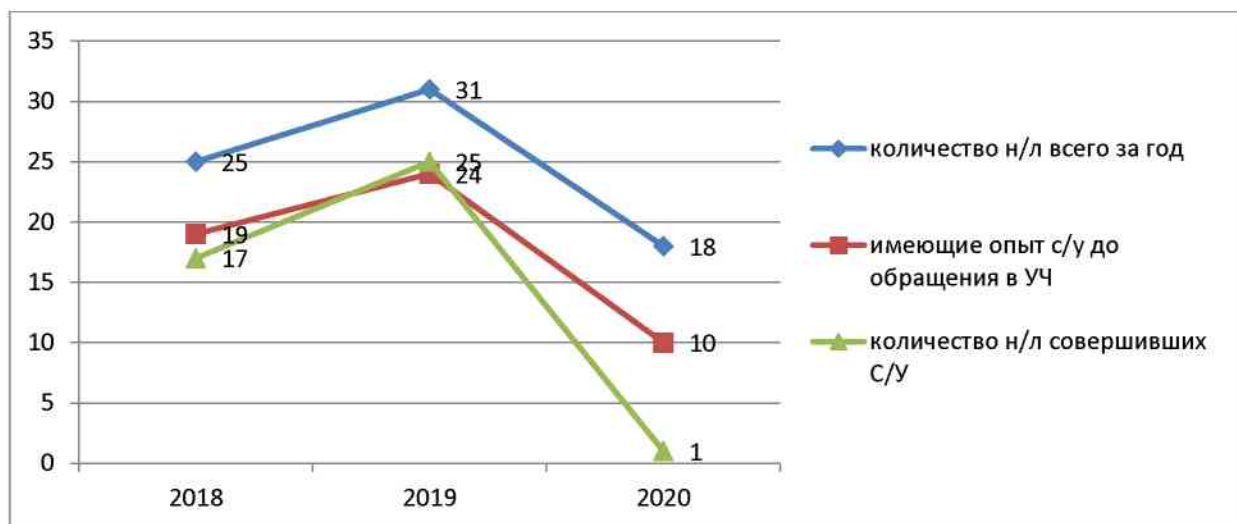


Рисунок 3 – Анализ самовольных уходов (С/У)

Контингент проживающих в Учреждении составляют 10% детей, чьи родители вынуждены воспользоваться подобными социальными услугами в силу жизненных обстоятельств (командировка, экстренная госпитализация или болезнь), и 90% от общего числа обслуживаемых - подростки из неблагополучных и/или деструктивных семей. Основные

личностные характеристики, свойственные последним: эгоцентризм, неспособность отслеживать свои чувства и состояния, заниженная адаптивность, отсутствие значимых людей, неспособность формировать перспективы своего развития. Это подростки с гипертрофированными жизненными потребностями и искаженными ценностными ориентирами, требующие развития волевых навыков.

Реализуемые деструктивные стили внутрисемейного взаимодействия приводят к ухудшению взаимопонимания между родителями и детьми. Происходит утрата доверия и авторитета взрослого человека в картине восприятия несовершеннолетнего. Подросток находит понимание и необходимую поддержку за пределами семейной группы, при этом совершенно не владеет навыками обращения за помощью, что может привести к вовлечению несовершеннолетнего в антиобщественную деятельность.

Анализируя данные проведенного исследования, выделяем ряд основных причин совершения подростками самовольных уходов из нашего учреждения:

1. Неприятие границ: попадая в учреждение, подросток искренне не понимает, почему он должен *жить по расписанию* и возвращаться в установленное время.

2. Страх оценки: риск быть исключенным из референтной группы. Все его друзья продолжают гулять, а ему нужно возвращаться в Центр.

3. Сепарационный перенос: учитывая отсутствие значимости родителей, подросток подменяет их учреждением. Несовершеннолетний переносит своё отношение в вопросах подростковых протестов на учреждение в целом и совершает поступок, определяющий его идентичность.

4. Страх наказания: подросток, нарушив правило возвращения, боится наказания больше, чем неизвестности и агрессивной среды, поэтому опоздав, принимает решение не приходить вообще.

5. Зависимость от ПАВ: потеря контроля над употреблением и временем влечет утрату потребности к возвращению. Практика показывает, что после наступления отрезвления несовершеннолетний принимает решение вернуться.

6. Исчезновение из зоны контроля: желание подростка выйти из-под контроля взрослых.

Работа с отрицанием и протестом - приоритетная задача, поставленная перед специалистами, направленная на:

- формирование у несовершеннолетних чувства безопасности с целью скорейшего возвращения подростка в учреждение;

- формирование границ - как основа здоровой дисциплины;
- соблюдение режима дня и правил внутреннего распорядка;
- увеличения личностных ресурсов несовершеннолетних.

Решение данных вопросов невозможно без проведения соответствующей работы с родителями (законными представителями), поэтому включение их в реабилитационный процесс рекомендуется при зачислении несовершеннолетнего.

Специалисты ГБУ «Центра семьи» постоянно повышают свои компетенции в области профилактики, участвуют в семинарах, входят в состав рабочей группы, посещают мероприятия, направленные на профилактику профессионального выгорания.

Подростки называют основной причиной невозвращения в учреждение к установленному сроку (20.00) нежелание покидать референтную группу раньше наступления «Комендантского часа», что, по словам несовершеннолетних, имеющих опыт невозвращения, может быть негативно воспринято значимой группой.

Опираясь на результаты проведенного социологического исследования причин, а также на собранные данные и приобретённый опыт по работе с подростками считаем необходимым разработать программу, направленную на снижение данного вида рискованного поведения и внедрить в работу.

Список использованных источников:

1. Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года приоритетной задачей в Российской Федерации в сфере воспитания детей является развитие высоконравственной личности, разделяющей российские традиционные духовные ценности, обладающей актуальными знаниями и умениями, способной реализовать свой потенциал в условиях современного общества, готовой к мирному созиданию и защите Родины;

2. Распоряжение Комитета по социальной политике Санкт-Петербурга от 23.12.2016 № 441-р «Об утверждении Порядка взаимодействия органов и учреждений системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних, а также иных организаций Санкт-Петербурга по вопросам осуществления профилактики самовольных уходов детей из государственных учреждений социального обслуживания для несовершеннолетних, содействию их розыска, а также проведения социально-реабилитационной работы с детьми» <https://zakon.gov.spb.ru/> - дата обращения 21.01.2021

3. Васильева В.Н., Камилова Т.Н. Беспризорность и безнадзорность в современной России: анализ причин, последствий и эффективности решений проблемы // Ученые записки Российского государственного социального университета. 2009. № 1. С. 23-30;

Пшеничникова Светлана Николаевна
Pshenichnikova Svetlana Nikolaevna
профессор, д.э.н.

Professor, Doctor of Economic Sciences
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

Невзорова Ангелина
Nevzorova Angelina
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
e-mail: sveta_nikolaevna@list.ru

ХАРАКТЕРИСТИКИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РАСХОДОВ ДОМОХОЗЯЙСТВ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

CHARACTERISTICS OF HOUSEHOLD CONSUMER SPENDING IN THE MODERN RUSSIA

В статье описываются основные потребительские расходы граждан РФ, даются их характеристики, анализируются современные проблемы расходов домохозяйств РФ, проводится сравнительная характеристика числа расходов домохозяйств РФ в разные годы.

The article describes the main consumer expenditures of citizens of the Russian Federation, gives their characteristics, analyzes current problems of household expenditures in the Russian Federation, and compares the number of household expenditures in different years.

Ключевые слова: Домохозяйства, экономический рост, потребительские расходы, кризис, постоянные расходы, МРОТ.

Keywords: Households, economic growth, consumer spending, crisis, fixed expenses, minimum wage.

В сложившейся из-за пандемии экономической ситуации данная тема представляется очень актуальной, поскольку домашние хозяйства являются одним из основных макроэкономических субъектов, чьи расходы по праву занимают значительную долю в структуре совокупных расходов по производству национального продукта. Более того, с каждым годом в нашей стране наблюдается тенденция роста величины потребительских расходов, появляются новые услуги и товары, которые члены домохозяйства хотят приобрести, расширяется ассортимент уже производимых благ.

Домохозяйство – обособленная ячейка общества, которая снабжает экономику ресурсами и использует полученную за них оплату. Образовать домохозяйство может как один человек, так и несколько, в отличие от семьи, для образования которой нужно как минимум два человека.

Другим отличием домохозяйства от семьи считается то, что семья в большей степени понятие социальное, а домохозяйство относится к экономической категории. Ещё одно отличие заключается в том, что в семью входят люди, объединенные особыми, кровными связями, они являются родственниками, а домохозяйства могут объединять людей, которые родственниками не являются.

Семья создаётся для выполнения определенных функций, например, хозяйственно-бытовой, воспитательной, рекреационной. Если один или несколько человек из семьи переезжает и живет отдельно, то он не включается в состав домохозяйства той семьи, откуда он переехал. Например, студентка жила в своей семье до совершеннолетия, а потом поступила в институт и уехала в другой город, теперь она живёт отдельно, следовательно, теперь семья, в которой жила девочка – одно домохозяйство, а она – другое домохозяйство.

Можно выделить следующие признаки домохозяйств:

1. Совместное проживание и обустройство быта.
2. Совместное ведение хозяйства.
3. Самостоятельность в принятии хозяйственных решений.
4. Обладание определёнными ресурсами.
5. Стремление к максимальному удовлетворению потребностей.

Домохозяйства, также как и любой хозяйствующий субъект, имеет свой бюджет, который состоит из расходов и доходов. Относительно доходов используется общепринятая классификация, согласно которой происходит их ранжирование на номинальный, реальный и располагаемый доход.

Расходы – это сумма платежей домохозяйств за товары и услуги, которые получены за отчетный период, сумма средств, направленных на покупку акций, недвижимости, строительство, помощь родственникам и знакомым, на налоги и другие взносы.

Основная классификация потребительских расходов выглядит следующим образом в зависимости от выбранного критерия. По степени регулярности они бывают: 1) постоянные расходы (на коммунальные услуги, на питание); 2) регулярные расходы (на транспорт, обувь, одежду); 3) разовые расходы (на товары, длительного пользования, например, бытовая техника, мебель)

В соответствии с критерием степени необходимости потребительские расходы бывают: 1) необходимые (первоочередные) – на одежду, питание, медицинское обслуживание; 2) желательные (второчередные) – страховые взносы, образование; 3) прочие расходы – это расходы для развлечений, досуга, путешествий. По цели использования можно выделить следующие виды потребительских расходов:

1) личные потребительские расходы (оплата услуг, покупка товаров); 2) налоги, обязательные платежи; 3) сбережения, накопления. Относительно налогов и обязательных платежей важно отметить, что на самом деле они сокращают реальные доходы домохозяйств, так как чем больший объем средств расходуется на эти цели, тем меньшие средства могут направляться на текущее потребление и сбережения.

Потребительские расходы – это основная статья расходов современных семей, на их долю приходится $\frac{3}{4}$ всех расходов. Конечно, потребительские расходы напрямую связаны с доходами домохозяйств. Важно отметить, что, несмотря на разнообразие статей расходов, в отечественной экономике для большинства домохозяйств, основной является статья расходов на покупку продуктов питания. Особенно велик этот процент для жителей городской местности.

Так, если домохозяйства с незначительными доходами основную их часть тратят на приобретение продуктов питания и оплату основных услуг, тогда как домохозяйства с большими доходами могут тратить средства и на оплату других потребностей, например, оплату путешествий или накопление сбережений. Однако, сбережения – это необязательный расход и большинство представителей домашних хозяйств не накапливают средств, так как боятся нестабильности и лишних рисков. Единственное, во что сегодня активно вкладывают свои сбережения члены домохозяйств – это приобретение недвижимости. Трансформация денежных активов в материальные активы является надежным способом уберечь их от инфляции, которая в той или иной мере всегда присуща рыночной экономике. Вложения в ценные бумаги на фондовом рынке использует незначительная часть российских домохозяйств, поскольку на текущий момент существует такая проблема как невысокий уровень финансовой грамотности населения, а также в целом вложения в ценные бумаги достаточно рискованное мероприятие, не гарантирующее сколь-нибудь не только высокой доходности, но и доходности вообще.

Рассмотрим основные современные проблемы домашних хозяйств в отечественной экономике. Всем известно, что на данный момент одной из основных проблем домохозяйств России считается бедность населения, поскольку, например, работая в обычном режиме, например, в бюджетных организациях, на предприятиях реального сектора, достаточно трудно получить трудовой доход, который является основным источником дохода для большинства членов домохозяйств, позволяющий полноценно осуществлять все вышеприведенные виды расходов (необходимые, желательные, прочие) в достаточной мере. Также в условиях инфляционной экономики наблюдается постоянное снижение реальных располагаемых доходов населения.

Наибольшая доля граждан, доходы которых ниже МРОТ, включены в следующие группы:

1. Неполные, многодетные семьи.
2. Сельское население.
3. Одинокое, неработающие пенсионеры.
4. Семьи с инвалидами.

Снижение реальных доходов населения нашей страны повлияло на ухудшение ситуации сразу во многих сферах и отразилось снижением рождаемости, ухудшением здоровья населения, уменьшением продолжительности жизни.

Усугубило ситуацию в состоянии домохозяйств и пандемия 2020 года. Из-за вспышки нового вируса многие предприятия были вынуждены закрыться или сократить своих сотрудников, именно поэтому члены большинства домохозяйств остались без работы, а значит и число их доходов резко сократилось. Возросла безработица, многие россияне оказались за чертой бедности. Согласно международным стандартам, бедностью считаются расходы на уровне 5,5 долларов в день на человека. [4] Ситуация, связанная с получением дохода, ниже этого уровня, называется нищета. Если перевести по современному курсу эту цифру в рубли, то получим 412,5 руб. в день на человека. Тогда за месяц получим 12360 руб., что и составляет, по сути, средний прожиточный минимум по стране.

Государство старается сегодня оказать поддержку своим гражданам. В период пандемии были осуществлены специальные виды поддержек, такие как, например, денежные выплаты для семей с детьми. Помимо этого, за последние десятилетия среди российских домохозяйств, все большую популярность набирают потребительские кредиты. Это переводит базовую модель финансового поведения россиян, такую как «жизнь по средствам» в новый вид – «долговой», что фактически приносит только лишние риски для граждан и дополнительные проблемы. Ведь многие, когда берут потребительский кредит, то рассчитывают только на доходы, получаемые в определенный момент, на задумываясь о том, как может измениться ситуация, какие финансовые проблемы могут возникнуть в будущем.

Дадим анализ современным проблемам российских домохозяйств с точки зрения динамики потребительских расходов и их структуры. Во-первых, стоит обратить внимание на то, что до пандемии отмечалось некоторое снижение доли потребительских расходов на продукты питания, обуславливающих рост расходов на другие, непродовольственные товары. Так, если в 1999 году расходы на продукты питания составляли 50% всех расходов, то в 2010 году они находились на уровне всего 36%. Примерно на том же уровне расходы на продукты питания находились и

в 2014 году, тогда домохозяйства тратили 39%, однако в 2017 году их процент снизился до 29%. [3]

На приобретение одежды в 2014 году домохозяйства тратили примерно 9%, в 2017 году процент расходов на эту статью несколько увеличился и достиг 10%. Значительный рост расходов можно отметить в сфере содержания дома, то есть оплаты ЖКХ: расходы вырос с 5% до 11%. Расходы на транспорт в 2014 году составили 15%, а в 2017 году они увеличились незначительно, всего на 1% и составили 16%. [3]

Основываясь на данных статистики, можно сделать вывод, что с каждым годом растёт процент расходов домохозяйств на направления, касающиеся не только продуктов питания. Данное обстоятельство может характеризовать постепенный рост уровня жизни населения, при котором члены домохозяйств могут себе позволить тратить на продукты питания менее 50% своего бюджета, а значит, у них появляется возможность вкладывать свои средства в другие сферы жизни.

Взаимосвязь и зависимость уровня жизни и расходов домохозяйств на питание можно отследить и на региональном уровне. Согласно данным исследования, наименьшая доля расходов на продукты в Ханты-Мансийском автономном округе (24%), Москве и Подмосковье (по 25%), Татарстане и Мурманской области (по 26%). [5]

В Республике Ингушетия, которая считается кризисным регионом, в 2003 г. домохозяйства тратили почти 77% своих доходов на питание, в последующие годы доля сократилась, но по-прежнему остаются самой высокой в стране. Для Республики Дагестан эти показатели были 64,3% в 2003 г. и 50,0% в 2008 г. Так мы видим, что динамика потребительских расходов в период экономического роста у домохозяйств снижается, а вот в периоды кризисов опять растёт. Среди регионов России самая высокая доля расходов населения на питание – в Ингушетии, Дагестане и на Чукотке. Согласно данным исследования, в Ингушетии на еду тратят 59% доходов, в Дагестане – 55%. Доля расходов на продукты питания выше 40% зафиксирована в 14 регионах России. Среди них Чукотка и Смоленская область (по 48%), Кабардино-Балкария (45%), Рязанская область (44%) и Мордовия (43%). [5]

Из-за кризиса и падения доходов в период пандемии тенденция последних пятнадцати лет к снижению доли трат на еду прервется, согласно мнению экспертов РБК [6]. В 2020 году, в период пандемии аналитики Банка России снова отмечают тенденцию увеличения интереса домохозяйств к потреблению продуктов и лекарств, в то время как спрос на непродовольственные товары и услуги сокращается. Так же эксперты предупреждают, что в случае введения новых ограничений и перевода всех сотрудников на удаленную работу, потребительский спрос будет снижаться все больше.

Так же становится известно, что расходы российских домохозяйств упали в сравнении с прошлым годом на 13% , то есть до 16,5 тысяч. С учетом инфляции реальные расходы опустились до 13 летнего минимума, а это значит, что меньше россияне тратили только в 2007 году. По прогнозу Центрального банка, вернуться к докризисному уровню жители России смогут только через два года. Таким образом, рост уровня жизни россиян снова откладывается.

Список использованных источников:

1. Жукова Т.В. Домохозяйство в системе субъектов рыночной экономики. Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – 243с.
2. Зверева Н.В. Экономический подход в исследованиях семьи в современных условиях. // Вестник МГУ, серия «Экономика». – 2014. – № 6. – С.38-49.
3. Иван Кушнир. Макроэкономические исследования. Институт экономики и права. 2010-2020 гг. [Электронный ресурс] URL: https://be5.biz/makroekonomika/household_consumption_expenditure/ru.html
4. Как Всемирный банк оценивает уровень бедности. [Электронный ресурс] URL: <https://tass.ru/info/7525997>
5. Ингушетию и Дагестан назвали лидерами по расходам на питание. [Электронный ресурс] URL: <https://www.rbc.ru/economics/06/04/2020/5e86f2ca9a794768dbad03ce>
<https://www.rbc.ru/economics/06/04/2020/5e86f2ca9a794768dbad03ce>
6. Аналитики назвали регионы с самыми высокими расходами жителей на питание. [Электронный ресурс] URL: <https://www.rbc.ru/economics/06/04/2020/5e86f2ca9a794768dbad03ce>
<https://www.rbc.ru/economics/06/04/2020/5e86f2ca9a794768dbad03ce>

Рябов Александр Владимирович
Riabov Aleksander Vladimirovich,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Ценные бумаги и производные финансовые инструменты»
Master program “Securities and financial derivatives”
e-mail: sashco2015@gmail.com

**АНАЛИЗ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ С ЦЕЛЬЮ
ПРИНЯТИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ
ANALYSIS OF THE MEYALLURGICAL INDASTRY
FOR THE PURPOSE OF MAKING INVESTMENT DECISIONS**

В статье представлен анализ, металлургической отрасли, рассмотрены основные лидеры, охарактеризованы тенденции и перспективы их развития. Сделан вывод о перспективе приобретения акций компаний в инвестиционный портфель. Работа выполнена с применением аналитического и экономико-статистического метода, сравнительно-экономического анализа.

The article presents an analysis of the metallurgical industry, considers the main leaders, describes the trends and prospects of their development. The conclusion is made about the prospect of buying shares of companies in the investment portfolio. The work was carried out using the analytical and economic-statistical method, comparative economic analysis.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность металлургических компаний, инвестиции, цена акций, дивидендная политика

Key words: investment attractiveness of metallurgical companies, investments, share price, dividend policy

В существующих современных условиях от эффективности металлургического комплекса, являющегося одним из ключевых элементов экономики Российской Федерации, зависит успех решения множества государственных, экономических и социальных вопросов. Инвестирование в металлургическую отрасль – это очень важная задача для ее развития. За прошедший 2020 год объём мирового производства стали уменьшил свои показатели по сравнению в 2019 годом на 0,9% и достиг 1,864 млрд. тонн. КНР оказала существенное влияние на динамику мирового производства, у которой показатели производства продемонстрировали рост 5,1% и составило 1,053 млрд. тонн, а в остальном мире они показали снижение на 7,6%. Так же возрастающие показатели выплавки наблюдаются на Ближнем Востоке, где наибольшую положительную динамику показал Иран в 13,4%. Кроме Ирана увеличение объемов производства на 6% было зафиксировано в Турции. В России на 2,6% произошло увеличение. В 2020 году были проведены исследования «Worldsteel», где Российская Федерация вышла вперед Соединенных Штатов в мировом рейтинге производства стальной продукции, где заняла 4 место. В США по итогам 2019 года объем уменьшился на 17,4%.

Российские металлургические компании на ближайшую и будущую перспективу остаются привлекательным объектом для инвестирования. Этому способствуют множество факторов, об основных из которых мы сейчас и поговорим. Сейчас металлургическая отрасль, как и весь сырьевой рынок находится в стадии постепенного подъема после достаточно долгого падения в период с 2017 по 2020 годов. Ведущим российским металлургическим компаниям получается поддерживать высокую доходность по своим дивидендам, и за год владения акциями дивидендная доходность по ним в среднем составляет более 10-11%. Это объясняется тем, что у компаний в структуре бюджета очень низкая доля долга. Высокую рентабельность производства обеспечивает достаточно дешевая ресурсная база, и выход российских компаний на экспортные рынки, в том числе и на европейские. Также многие национальные проекты разви-

тия РФ не обходятся без участия российских металлургических компаний, которые в свою очередь, часто и являются их бенефициарами. Участие в этих проектах способствует накоплению высокой прибыли и формированию свободного денежного потока, который почти полностью перенаправляется на выплату дивидендов. Также это все, безусловно, способствует растущему спросу на стальную продукцию. Стоит еще отметить, что по сравнению с иностранными конкурентами, по основным мультипликативным показателям, капитализация российских металлургов сильно недооценена. Резюмируя можно сказать, что эти акции достаточно надежны, обладают высокой доходностью, и главное имеют перспективу для дальнейшего роста их курсовой стоимости. То есть, акции российских металлургических компаний можно брать в основу своего инвестиционного портфеля.

К числу таких надёжных ценных бумаг относятся акции компании ПАО «ММК» - крупный металлургический комплекс с полным производственным циклом, начиная с процедуры подготовки железорудного сырья и заканчивая глубокой переработкой черных металлов. Основным вектор ориентир компании «ММК» направлен на внутренний рынок и поддержание программы импортозамещения, также компания продает продукцию и ближайшим к России страны СНГ. По производству стали компания составляет 16,8% от общего объема производства в РФ. Магнитогорский комбинат также осуществляет обновление своих производственных мощностей. В РФ компания приобретает важные для себя выгодные преимущества при реализации различных инфраструктурных проектов и поддержании отрасли строительства. При составлении своей текущей дивидендной политики компания распределяет до 100% своего денежного потока на дивидендные выплаты. Стоит отметить, что наибольшая часть портфеля компании включают акции продукции с высокой добавленной стоимостью. Также по версии Бостонской консалтинговой компании (BCG) «ММК» за период с 2015-2019 годы вошел в топ 3 металлургических компаний наиболее выгодных для акционеров. Доходность по акциям компании одна из наибольших на рынке. На ближайший год потенциал роста акций может составить около 45-49%.

Далее стоит рассмотреть акции компании «Северсталь». ПАО «Северсталь» одна из крупнейших в мире сталелитейных компаний с активами в РФ, Республике Беларусь, Казахстане, Украине и в странах Евросоюза (Латвийской Республике и Польше). Компания нацелена на лидерство в отрасли, на долю которой приходится примерно 16% объема производства стальной продукции в РФ. Компания постоянно производит трансформацию бизнеса, нацеленную на привлечение клиентов. У компании также получается поддерживать высокие дивидендные выплаты

при условиях инвестиционной программы: инвестиции, которые превышают 800 млн. долларов исключены из перерасчета дивидендной базы. При покупке данной акции, годовая доходность может в среднем составить более 10-11 %. На ближайшие 3-4 квартала рост акций может составить около 17-18%.

Далее стоит рассмотреть компанию «РУСАЛ». Компания «РУСАЛ» представляет практически всю алюминиевую отрасль РФ, где на заводах компании производится практически 100% российского первичного алюминия. Компания находится на третьем месте, а за исключением Китая - первая в мире, где доля мирового производства первичного алюминия и глинозема составляет 6%. Ранее из-за достаточно слабой динамики алюминия и относительно большого долга компании, было сложно спрогнозировать положительную динамику акций МКПАО «РУСАЛ». Но в текущей рыночной конъюнктуре компания представляет интерес для инвестирования.

Алюминиевая отрасль становится одним из основных бенефициаров глобального перехода к «зелёной» экономике. Так как алюминий хорошо поддаётся вторичной переработке без потери свойств и, следовательно, легко впишется в требования по рециркуляции ресурсов.

А так как, алюминий производится с использованием большого количества потребляемой электроэнергии и для того, чтобы производство алюминия стало относительно углеродно-нейтральным производством, достаточно подключиться к возобновляемым источникам энергии, не сильно меняя при этом технологию производства.

В условиях перехода к "зеленой" экономике и предстоящего введения "углеродного налога" в Российской Федерации «РУСАЛ» имеет важное преимущество в выходе на экспортные рынки в Европейский союз, поскольку 90% алюминия производится с помощью электроэнергии, получаемой от ГЭС, т.е. от возобновляемых, а не ископаемых источников энергии. Это позволяет ему выставлять свою продукцию на рынке как "чистую" даже самым придирчивым потребителям.

Производители товаров после введения «углеродного налога» будут выбирать поставщиков, которые смогут обеспечить им минимальный углеродный след исходного сырья. «РУСАЛ» сможет сократить долг и вернуться к выплате дивидендов в отличие от того, как в это время другие производители металлов понесут капитальные затраты на модернизацию и как следствие увеличат долг и снизят дивиденды. Эти возможности «РУСАЛА» могут стать драйвером для роста его акций в последующие годы, его потенциал роста в перспективе на 12 месяцев составляет 20,7%.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что постепенное восстановление сырьевого рынка и металлургической отрасли, высокие дивиденды российских компаний, значительный потенциал роста акций, приспособление к возрастающим требованиям на экспортных рынках, положительно влияющее на дальнейшую конкурентоспособность, все это делает привлекательным покупку акций российских металлургических компаний.

Список использованных источников:

1. Федосеев С.В., Цветков П.С. Анализ развития металлургических отраслей. – 2018 –С. 51-65
2. Акции ММК: стоимость акций– Официальный интернет сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bcs-express.ru/kotirovki-i-grafiki/magn> (дата обращения: 19.04.2021).
3. Акции РУСАЛ: динамика курса, цена акций – Официальный интернет сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bcs-express.ru/kotirovki-i-grafiki/rual> (дата обращения: 20.04.2021)
4. Акции Северсталь: стоимость акции, динамика – Официальный интернет сайт [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://bcs-express.ru/kotirovki-i-grafiki/chmf> (дата обращения: 20.04 2021).
5. Отраслевые индексы полной доходности - Официальный интернет сайт [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.moex.com/ru/index/totalreturn/MEMMTR/profitability> (дата обращения: 19 04 2021).

Санашева Александра Михайловна
Sanasheva Aleksandra Mikhailovna,

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Инновационные персонал-технологии и управление карьерой»

Master program “Innovative Personnel-Technology and Career Management”

e-mail: Sanasheva.AM@gmail.ru

**ЦИФРОВАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СРЕДА: ПРЕДПОСЫЛКИ
И СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
DIGITAL EDUCATIONAL ENVIRONMENT: BACKGROUND
AND MODERN APPROACHES**

В работе рассматриваются предпосылки создания цифровой образовательной среды, а также актуальные подходы к развитию цифровых компетенций в условиях развития цифровой экономики.

This article examines preconditions of digital educational environment and new approaches to development of digital competencies for personnel working in the digital economy.

Ключевые слова: цифровая трансформация, цифровая образовательная среда, «мягкие и жесткие» навыки, цифровые компетенции.

Key words: digital transformation, digital educational environment, hard and soft skills, digital competencies.

На протяжении многих лет многие компании говорили про цифровизацию, дистанционное образование, удалённую работу и телемедицину. Катализатором всего вышеперечисленного стала пандемия 2020 года, за время которой скорость цифровизации экономики возросла в 10 раз. В то же время мировой рынок онлайн-образования к 2023 году обещает превысить объём в \$282,62 млрд. По оценкам экспертов среднегодовой темп прироста составляет 7–10% в год. Global Market Insights в 2017 году оценивал размер мирового рынка онлайн-образования в \$159 млрд., в 2018 году – \$190 млрд., а в 2019 уже в \$205 млрд. (см. рисунок 1). В числе лидеров глобальной индустрии EdTech такие страны, как США, Азиатско-Тихоокеанский регион (АРАС) и Латинская Америка. В 2020 году на страны АРАС приходится 54% всего международного рынка онлайн-образования [1, с.11-13].

Если же вернуться к социально-экономическим процессам, и в частности, бизнес-процессам, то важно отметить, что цифровая трансформация не ограничивается этапом «цифровизации», то есть внедрением цифровых технологий, а предполагает комплексное и системное изменение всех бизнес-процессов компании [2, с.15]. Корпоративный сегмент онлайн-образования демонстрирует устойчивый рост: онлайн-обучение всё более плотно смыкается с практиками talent development, более тесной становится связь между обучением и трудоустройством (career-long learning), набирает популярность обучение на основе проектной работы (project-based learning), всё более востребованы практики кросс-обучения (p2p-learning), а асинхронное обучение продолжает уступать позиции более инновационным образовательным программам [1, с.28-29].

Внедрение цифровых технологий в корпоративное обучение сопровождается культурными и инфраструктурными ограничениями. Рассмотрим основные из них:

1. Противостояние и нежелание людей участвовать в изменениях, брать на себя ответственность.
2. Низкая скорость изменений внутри компании, неоптимальные процессы.

3. Страх сокращений в связи с цифровой трансформацией.
4. Нежелание менять «то, что и так работает».
5. Отсутствие внутренних компетенций и экспертизы в области цифровой трансформации.

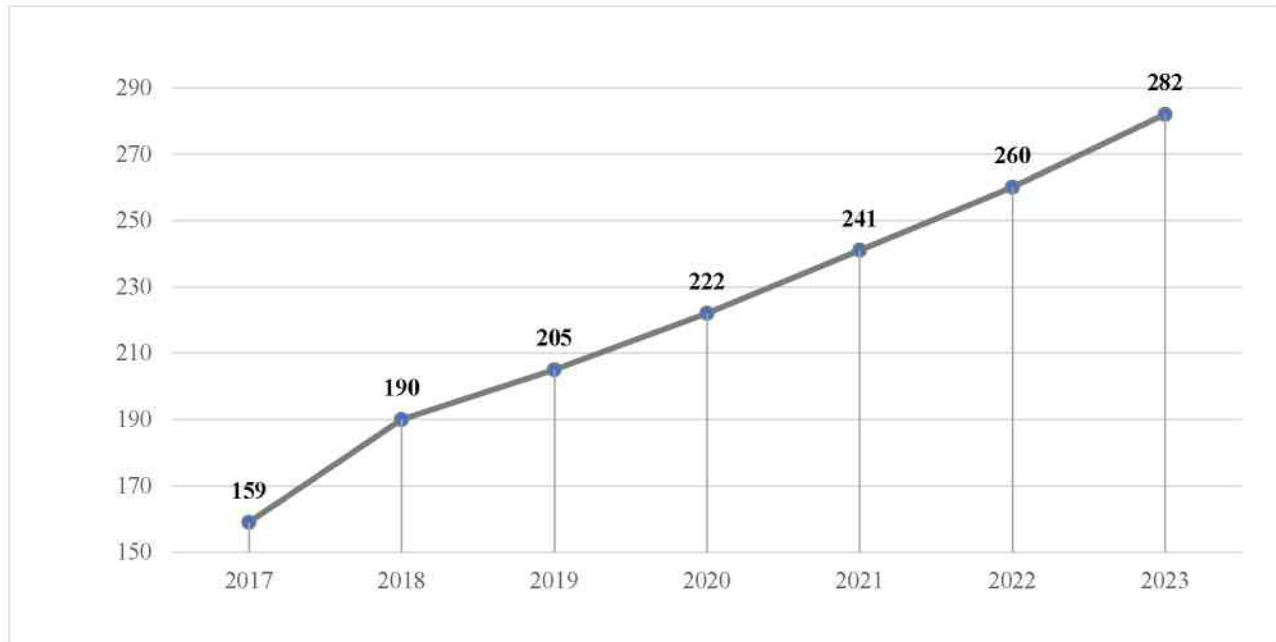


Рисунок 1 – Объем мирового рынка онлайн-образования, млрд. долл.

Из вышеперечисленных пунктов наибольший интерес представляет последний. Конкурентное преимущество компаний в значительной мере базируется на высоком уровне развития цифровых компетенций сотрудников от линейного до топ-менеджмента. Под «цифровыми компетенциями» мы подразумеваем совокупность знаний, умений и навыков, повышающих эффективность работы сотрудников в условиях цифровой экономики. Рассмотрим различные модели цифровых компетенций. EQF выделяет 21 компетенцию с развернутым описанием оценочных шкал, из которых можно выделить ТОП-5:

- 1) компетенции в области информации и данных;
- 2) компетенции в области коммуникации и сотрудничества;
- 3) компетенции в создании цифрового контента;
- 4) компетенции в области безопасности;
- 5) решение проблем.

В исследовании BCG «Россия 2025: от кадров к талантам» предложена целевая модель компетенций 2025, которая объединила и укрупнила подходы Ломингера, Сбербанка, RosExpert/Korn Ferry, Высшей школы экономики, WorldSkills и Global Education [3]. Сначала BCG выделили первый уровень навыков: когнитивные, социально-поведенче-

ские, цифровые. Далее укрупнённые группы детализированы компетенциями и подробным описанием. Например, когнитивные навыки подразумевают: саморазвитие (самосознание, обучаемость, любознательность, восприятие критики и обратная связь и др.); управленческие навыки (приоритизация, формирование команд, постановка задач, делегирование и др.); достижение результатов (ответственность принятия риска, настойчивость в достижении идей, инициативность), а также решение нестандартных задач, организованность и адаптивность. В группу социально-поведенческих навыков вошли: коммуникация, межличностные навыки и межкультурное взаимодействие [4, с.1841].

Цифровые навыки формируются на основе управления информацией и создания систем. Необходимо отметить, что доля работодателей, формирующих спрос на носителей компетенций из целевой модели крайне мала, и может объясняться ориентированностью российской экономики на использование ресурсов, а не интеллекта. Мы будем ориентироваться на обобщенную категорию и заявим, что цифровые компетенции включают:

1. Профессиональные компетенции (hard skills). Например, знание различных фреймворков, продуктового анализа и др.
2. Лидерские или управленческие компетенции (soft skills). Например, работа с кросс-функциональными командами, приоритизация задач и т.п.
3. Общекорпоративные компетенции, например, базовая цифровая грамотность и др.

Развитие цифровых компетенций у сотрудников компании должно сопровождаться разработкой мотивационных пакетов и выбором амбициозных проектов с новыми задачами для команд, в противном случае есть высокий шанс утечки экспертизы «цифровых» сотрудников. В такие моменты компании сталкиваются с отсутствием оцифрованной экспертизы, как следствие, необходимо снова вкладываться в дорогостоящее обучение сотрудников с внешними провайдерами (которые не знакомы со спецификой компании) [5, с.8]. Таким образом, выделим основные предпосылки создания новой образовательной среды:

1. Утечка экспертизы из компании.
2. Отсутствие оцифрованной экспертизы.
3. Высокая стоимость обучения сотрудников при привлечении внешних провайдеров.
4. Неэффективное обучение сотрудников без учёта особенностей компании.

Рассмотрим ключевые идеи создания цифровой образовательной среды для решения вышеперечисленных проблем:

1. Клиентоориентированный подход, когда трек обучения выстраивается в зависимости от уровня цифровых компетенций. Подразумевается оценка участников на входе и развитие в рамках его роли с выстраиванием различных треков по итогам оценки.

2. Внедрение модульных форматов обучения. Добавление информационного прикладного модуля в основную программу обучения, например аналитика данных может быть интегрирована в обучение экономистов.

3. Построение ролевой модели обучения, т.е. «обучение от роли».

4. Развитие профессиональных сообществ (сообщества практиков). Цель таких сообществ – это формирование культуры инноваций в компании. На регулярных встречах активные участники обсуждают кейсы и обмениваются опытом. Таким образом, проходит не только обмен практическим опытом, но и сохранение и тиражирование экспертизы, создание новых продуктов.

Один из вызовов функции T&D заключается в том, как переосмыслить образование и разработать более гибкие программы обучения для работников, которые станут базисом для формирования релевантных навыков в условиях цифровой экономики. Через 5 лет 35% важных рабочих навыков изменятся. Корпорации, государства и другие институты должны инвестировать в образование и исследования. Кроме того, мы должны решить проблему несоответствия спроса и предложения в области цифровых навыков. Это предполагает обучение не только техническим навыкам и навыкам написания кода, но и развитие способностей, которые становятся все более важными в цифровую эпоху и дополняют работу цифровых технологий. Например, креативность, умение работать в команде, навыки решения проблем и ориентация на результат, а также умение работать в условиях неопределённости. В итоге цифровая образовательная среда предполагает особые условия, которые способствуют получению новых идей, разработке продуктов, опираясь на обмен опытом и экспертизой внутри сообщества неравнодушных.

Список использованных источников:

1. Исследование российского рынка онлайн-образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://research.edmarket.ru/> (дата обращения: 14.04.2021).
2. Экономика и управление интеллектуальным капиталом / под науч. ред. А.Э. Сулейманкадиевой, Н.М. Фомичевой. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2020. – 183 с.
3. BCG. Россия 2020: от кадров к талантам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.bcg.com/Images/Russia-2025-report-RUS_tcm27-188275.pdf (дата обращения: 14.04.2021).

4. Спивак В.А., Гриднева М.А., Петров М.А. Совершенствование профессиональных стандартов руководителей на основе учета лидерских компетенций // Российское предпринимательство. – 2018. – Том 19. – № 6. – С. 1839–1846. DOI: 10.18334/гр.19.6.39157

5. Гриднева М.А., Петров М.А., Спивак В.А. Обучение персонала: учебное пособие / М.А. Гриднева, М.А. Петров, В.А. Спивак. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018. – 82 с.

Саранцина Марина Алексеевна
Sarantsina Marina Alekseevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

Магистерская программа «Финансовый учет, анализ и аудит»
Master's program "Financial accounting, analysis and audit"

e-mail: sarancina98@mail.ru

АНАЛИЗ ДАННЫХ В СИСТЕМЕ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА **DATA ANALYSIS IN THE INTERNAL AUDIT SYSTEM**

Данная статья посвящена проблемам и перспективам внедрения инструментов анализа данных в систему внутреннего аудита.

This article is devoted to the problems and prospects of introducing data analysis tools into the internal audit system.

Ключевые слова: служба внутреннего аудита, инструменты анализа данных, автоматизация, языки программирования, ключевые специалисты внутреннего аудита.

Keywords: internal audit service, data analysis tools, automation, programming languages, key internal audit specialists.

В современных экономических условиях очень важна скорость принятия решений, и внутренний аудит не является исключением. Управленческому персоналу важно иметь представление о том, что влияет на изменение прибыли, продуктивность сотрудников, и какие недостатки были выявлены для предотвращения их на ранних стадиях.

Согласно исследованию, проведенному Deloitte совместно с Институтом внутренних аудиторов, несмотря на то, что у большинства компаний (63%) числится более 5 тыс. сотрудников, 54% компаний обладают довольно небольшими службами внутреннего аудита – менее 5 человек [3, стр.6]. Однако это не умаляет значимость внутреннего аудита для организации: основными пользователями результатов деятельности служб

внутреннего аудита являются высшее исполнительное руководство – 95% и и Комитет по аудиту – 64%. Именно поэтому так важна эффективность работы служб внутреннего аудита, высокое качество и скорость проведения проверок, гибкость планирования, которые может обеспечить развитая система инструментов анализа данных. Особенно это актуально в современных быстро меняющихся условиях.

По результатам исследования 92% руководителей служб внутреннего аудита используют MS Excel для анализа данных [3, с.2]. Менее распространено использование специализированных BI-решений, языки программирования и скрипты. При этом последние используются для предварительного анализа перед проведением аудита или годовым планированием и визуализацией, в том числе для предоставления результатов руководству, MS Excel в основном используется для выполнения стандартных аудиторских аналитических процедур, таких как формирование выборок, сопоставление (сверка) данных, заполнение рабочих документов во время тестирования.

На рисунке 1 показаны цели использования инструментов анализа данных.

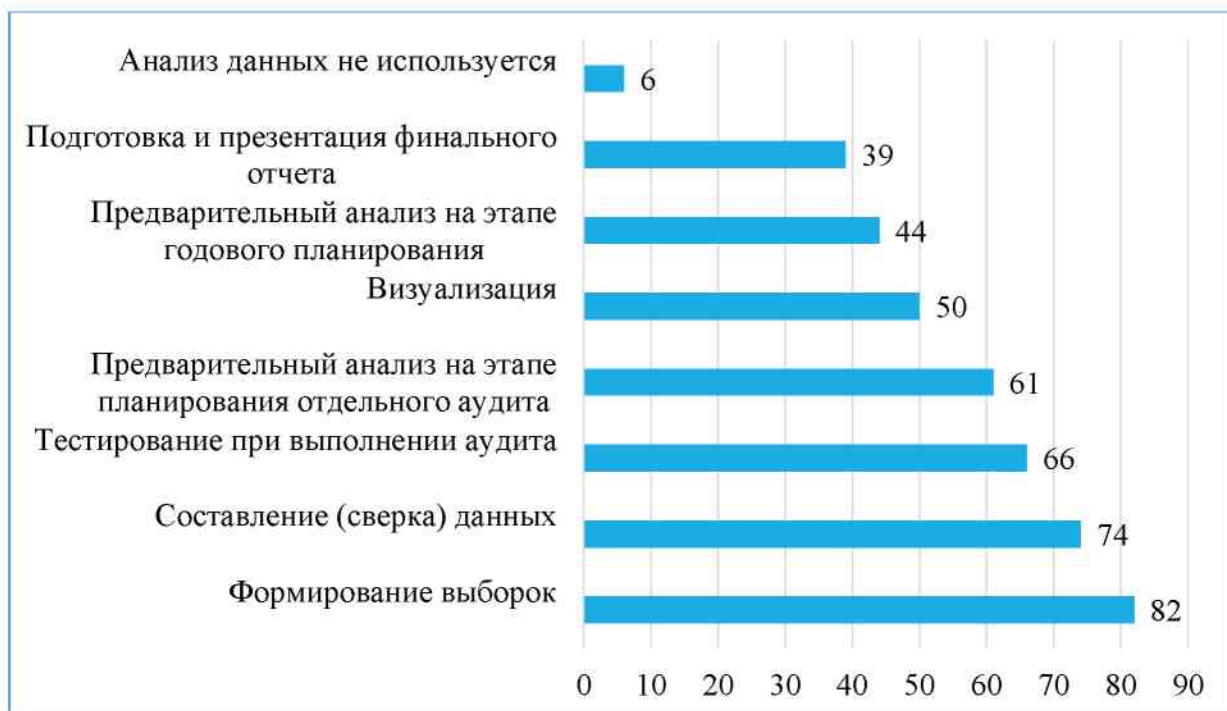


Рисунок 1 – Цели использования инструментов анализа данных [3, с.2]

К сожалению, инструменты анализа данных при их функциональности не пользуются большой популярностью в России и недооценены, что не соответствует международным тенденциям развития аудита [4, с.78].

При развитии аналитических возможностей и внедрении анализа данных в процесс аудита важно организовать эффективную интегрированную команду – ключевые специалисты по внутреннему аудиту должны взаимодействовать со специалистами по обработке и анализу данных, привлекая по необходимости профильных специалистов.

Такая структура команды поможет определять объемы работ, подход к оценке рисков и повысит качество аналитических данных, кроме того, единое понимание процесса и результатов обеспечит большую ценность для организации [3, с. 7].

Автоматизация аналитических процедур способствует снижению риска совершения ошибок во время работы в ручном режиме.

Анализ данных может быть использован при оценке рисков поставщиков в части изучения совокупных расходов на услуги подрядчика по объему и местоположению, договорам и их типам, в части выявления неожиданно возникшие тенденции в расходах. При аудите закупок и кредиторской задолженности инструменты анализа данных с помощью анализа транзакций смогут помочь в определении добросовестности поставщика и предвидеть риски его мошенничества. Анализ дебиторской задолженности продемонстрирует платежное поведение покупателей, основные источники выручки, поможет оценить скорость и объем выставления счетов. Кроме того, визуализация на основании данных об остатках и движениях на складах в разрезе групп материалов позволит выявить неликвидные запасы, потенциальные фальсифицированные корректировки инвентаризации, а также своевременно отследить затоваривание или нехватку запасов [2, с.7].

Несмотря на популярность и явную эффективность инструментов анализа данных, он еще не получил широкого распространения в сфере аудита [5, с.312].

Тем не менее, ожидается, что он приобретет все большую популярность в области аудита. Потенциал автоматизации анализа данных позволяет предположить, что он может значительно повысить эффективность работы службы внутреннего аудита.

Список использованных источников:

1. Давыдова А.В. Новые технологии во внутреннем аудите / А.В. Давыдова // Деньги и кредит. – 2017. – №2. – С.43-46. [Электронный ресурс], Режим доступа: <https://rjmf.econs.online/archive/2017/2/?PAGE=2>

2. Официальный сайт АО «Делойт и Туш СНГ»: Анализ данных во внутреннем аудите. Трансформация внутреннего аудита. 2020 [Электронный ресурс], Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/risk/russian/digital-IA.pdf>

3. Официальный сайт АО «Делойт и Туш СНГ»: Исследование текущего состояния и тенденций развития внутреннего аудита в России, совместно с Институтом внутренних аудиторов. 2019. [Электронный ресурс], Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/risk/russian/issledovanie-tekushchego-sostoyaniya-vnutrennego-audita-rossii-2019.pdf>

4. Щербакова Е.П., Сетракова Я.М. Организация внутреннего аудита в условиях цифровизации// Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации. - 2019. - №1. - С. 77-79. [Электронный ресурс], Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=40355946>

5. Якимова В.А. Возможности и перспективы использования цифровых технологий в аудиторской деятельности Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. 2020. Т. 36. С. 287–318 Вып. 2. [Электронный ресурс], Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-i-perspektivy-ispolzovaniya-tsifrovyyh-tehnologiy-v-auditorskoy-deyatelnosti>

Свиклан Наталия Владимировна

Sviklan Natalia Vladimirovna,

Санкт-Петербургский государственный

экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Магистерская программа «Организация и управление в социальной работе»

Master program «Organization and management in social work»

e-mail: nataliyasviklan@mail.ru

КРИЗИСНАЯ СИТУАЦИЯ – ПОТЕРЯ РАБОТЫ ПО ПРИЧИНЕ ПРИСВОЕНИЯ СТАТУСА ИНВАЛИДА.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ РЕАБИЛИТАЦИЯ КАК СРЕДСТВО ВЫХОДА ИЗ КРИЗИСА

A CRISIS SITUATION IS THE LOSS OF A JOB DUE TO THE ASSIGNMENT OF THE STATUS OF A DISABLED PERSON. PROFESSIONAL REHABILITATION AS A WAY OUT OF THE CRISIS

В статье представлен опыт организации работы по профессиональной реабилитации граждан с инвалидностью в районном центре социальной реабилитации инвалидов для выхода из кризисной ситуации - потеря работы по причине присвоения статуса инвалида. Материал адресован работникам социальной сферы.

The article presents the experience of organizing work on professional rehabilitation of citizens with disabilities in the district center for social rehabilitation of disabled people to get out of a crisis situation - loss of work due to the assignment of the status of a disabled person. The material is addressed to social workers.

Ключевые слова: профессиональная реабилитация, мотивация, трудоустройство, инвалидность, реабилитант.

Key words: professional rehabilitation, motivation, employment, disability, rehabilitator.

Для каждого человека трудоспособного возраста в той или иной мере кризисной ситуацией является присвоение статуса инвалида по причине приобретенного заболевания, которое оказывает отрицательное влияние на все стороны жизни гражданина, а также на качество уровня жизни. Ухудшение здоровья особенно сказывается на профессиональной деятельности гражданина и вносит критичные изменения в дальнейшую трудовую деятельность. Во многих случаях после ухудшения самочувствия человек вынужден уволиться, перейти на другую, более легкую, работу, или, worse, закончить карьеру. Такие изменения могут произойти в любой отрезок времени периода трудоспособности гражданина, и к данным событиям в жизни необходимо быть готовым и знать, к кому обратиться за поддержкой.

Гражданину трудоспособного возраста, прошедшему медико-социальную экспертизу и получившему группу инвалидности, вместе со справкой об инвалидности выдается индивидуальная программа реабилитации и абилитации инвалида (ИПРА). В этой программе прописываются рекомендации по профессиональной реабилитации, а именно возможности обучения или переобучения, ограничения и рекомендации при трудоустройстве, условия труда.

Для прохождения рекомендованной реабилитации в соответствии с ИПРА, гражданину с инвалидностью необходимы консультации со специалистами. В случае рекомендованной профессиональной реабилитации, инвалиды встают на обслуживание в районные центры социальной реабилитации инвалидов в отделения профессиональной реабилитации инвалидов для выбора их дальнейшего профессионального пути.

Отделение профессиональной реабилитации инвалидов содействуют в первичном формировании или восстановлении утраченных профессиональных навыков, в допрофессиональной подготовке гражданам трудоспособного возраста с инвалидностью.

Профессионально-трудовые трудности испытывают инвалиды любой группы инвалидности. В настоящее время препятствием для официального трудоустройства становится и третья группа инвалидности, которая считается «рабочей» группой.

Для решения проблем профессиональной реабилитации у инвалидов трудоспособного возраста государством принята система мероприятий, направленных:

- на определение профессиональной реабилитации людей с инвалидностью;
- профессиональное обучение, переобучение в специальных центрах;
- трудоустройство людей, исходя из индивидуального реабилитационного плана, состояния здоровья, с учетом квалификации, личных склонностей.

Именно этими направлениями и занимаются специалисты отделения профессиональной реабилитации инвалидов.

Категория граждан, которым была присвоена инвалидность уже в зрелом возрасте, зачастую растеряны, не могут самостоятельно адаптироваться к новым условиям и ограничениям в соответствии со своим состоянием здоровья.

В этом случае инвалиду как никогда требуется психологическая поддержка профессионала. Психолог отделения выстраивает свою работу в нескольких направлениях:

1. Осмысление и принятие изменившегося состояния здоровья,
2. Ускорение процесса адаптации,
3. Психологическая помощь при получении новой профессии и трудоустройстве.

При проведении встреч психолог диагностирует интеллектуальные и творческие способности, особенности личности, определяет уровень работоспособности и мотивации [1, с.296].

Психолог в своей работе активно применяет методы бесконфликтного общения. Инвалиды, имеющие внутренние переживания, повышенную тревожность, имеют возможность почувствовать себя значимым, у них меняется отношение к людям и к жизни в целом.

Еще одно направление работы психолога – это выявление личностных особенностей инвалида (интересов, склонностей, способностей), повышение мотивации, в том числе трудовой.

При проведении консультаций с инвалидами психолог применяет различные психологические и диагностические методики, с помощью которых определяются профессиональные склонности и интересы инвалида, уровень мотивации, психофизиологические и личностные его характеристики [2, с.400].

Психологом отделения активно проводятся занятия по выявлению психологического дискомфорта с помощью различных методик и тестов: эмоционального состояния (тест Люшера), тревожности (Методика измерения уровня тревожности Дж. Тейлор), внутрисемейных (тест детско-родительских отношений (Варга и Столин), Методика «Типовое семей-

ное состояние»); использование невербальных арт-терапевтических методик: рисуночные тесты, песочная терапия и т. д.

Следует отметить, что на всем протяжении процесса реабилитации психолог проводит активную работу с реабилитантом в форме психологического патронажа.

Важное значение в профессиональной реабилитации инвалидов трудоспособного возраста занимает консультант по профессиональной реабилитации. Работа консультанта с каждым реабилитантом проводится с применением индивидуального подхода. Выясняются пожелания, возможные направления профессиональной деятельности по мнению самого реабилитанта. В зависимости от запроса гражданина, специалисты отделения проводят профориентационные мероприятия. Сюда входит профориентационная диагностика, профпробы, профинформирование, профконсультирование, а также индивидуальные и групповые профэкскурсии на предприятия города.

Консультант подбирает вакансии или специальности, которым можно обучиться. Проводится педагогический патронаж (осуществляется взаимодействие с образовательными учреждениями и службой занятости).

Для поиска вакансий используются все доступные возможности. Осуществляется мониторинг с квотированными местами для инвалидов в штате, служба занятости предлагает вакансии от различных предприятий, организации – посредники собирают информацию у специалистов и подбирают подходящую должность. Также специалистами рассматриваются все формы работы для инвалидов: постоянное и временное трудоустройство, оплачиваемые стажировки с обучением, работа на дому, сдельная работа.

Эффективным результатом работы отделения является успешное трудоустройство инвалида в соответствии с возможностями и запросом. Укрепление его психологического здоровья и стабильность его финансового положения.

В заключении следует сказать, что реабилитация граждан с инвалидностью должна проводиться с использованием комплексного подхода. Медицинская реабилитация имеет первостепенную роль в восстановительных процессах для людей с приобретенной инвалидностью, нельзя упускать время в борьбе за свое здоровье. И вместе с тем, грамотно организованная результативная профессиональная реабилитация, параллельно проводимая с медицинской, способна оказать положительное влияние на инвалида и способствовать выходу из кризисной ситуации в целом.

Список использованных источников:

1. Соломин И.Л. Современные методы психологической экспресс-диагностики и профессионального консультирования. – СПб: Речь, 2016. – 296 с.
2. Пряжников Н.С. Методы активизации профессионального и личностного самоопределения. Учебно-методическое пособие. – М.: МПСИ, НПО "МОДЭК", 2012 - 400 с.

Селиванец Полина Александровна
Selivanets Polina Alexandrovna,
 Санкт-Петербургский государственный
 экономический университет
 St. Petersburg State University of Economics
 Программа «Корпоративные финансы»
 Master program “Corporate Finance”
 e-mail: selipol27@yandex.ru

**ВЛИЯНИЕ ДИСТАНЦИОННОГО ХАРАКТЕРА РАБОТЫ
 НА СИСТЕМУ РИСКОВ КОРПОРАЦИЙ
 INFLUENCE OF TELECOMMUTING ON THE RISK SYSTEM
 OF CORPORATIONS**

В статье произведена идентификация рисков цифровой экономики, возникших в условиях неопределенности положения компаний после Covid-19 и вынужденного перевода сотрудников на дистанционную форму работы.

The article identifies the risks of the digital economy arising in the conditions of uncertainty of the position of companies after COVID-19 and the forced translation of employees on the remote form of work.

Ключевые слова: дистанционная работа, дезурбанизация, технократия, цифровой рубль, платформенные рынки.

Keywords: telecommuting, ruralisation, technocracy, digital ruble, platform markets.

Пандемия Covid-19 и вынужденные меры по обеспечению удаленной работы привели к смещению тренда корпоративной политики в сторону развития гибких форматов работы постковидного мира. Заседания членов Совета Директоров, Правления, ОСА и ВОСА 2020-2021 гг. главным образом были сфокусированы на правовом риске, неопределенности законодательства, ответственности за ненадлежащее соблюдение ограничительных мер в компании, на упущенной выгоде и убытках по итогам года, вследствие непредвиденных обстоятельств в виде пандемии вируса нового типа [1, 2].

Несмотря регулятивные и цифровые «песочницы», введенные для минимизации правовых и технологических рисков, специальные режимы не так распространены даже среди крупных корпораций, применяющих программные решения, ИТ, финансовые, цифровые технологии. С точки зрения подбора индивидуального правового режима, необходимо активнее пилотировать принципиально новые технологические и правовые решения, пользуясь статусом носителя приоритетного направления, если в компании применяются FinTech, BigData, Machine Learning, MobileTech, ИИ, программные роботы, биометрические технологии, распределенные реестры. Пилотирование новых цифровых и финансовых проектов позволит, без нарушения действующего законодательства, протестировать работу технологии, проанализировать риски и создать необходимые прецеденты для решений суда в будущем и дорожные карты от Центрального Банка с возможностью внедрения правовых условий для запуска нового продукта корпорации с элементами инновационных решений [3; 4, с.17].

Риск персонала вызвал массовый перевод сотрудников, трудовые споры, поиск систем мотивации кадров, больничные, новые страховые выплаты, а также привел к возросшим ценам на съемное жилье, обратной трудовой миграции из мегаполисов – рурализации (дезурбанизации). Данная ситуация выявила тренд развития инфраструктуры небольших городов РФ и перспективную возможность расширения сети филиалов корпораций, новые потребительские зоны и рынки сбыта. Возникает вопрос: «Действительно ли необходимы офисы?». В реальности цифровая экономика предполагает переход к новой системе корпоративной культуры, меняющей политику принятия управленческих решений, структуру денежных потоков, обеспечения рабочего места и сокращению офисных помещений. Положительная реализация корпоративного управления нового типа позволяет FinTech и ИТ-компаниям привлекать лояльные, ценные кадры и в любых условиях извлекать прибыль. Гибкая система дистанционной работы эффективна, поэтому части традиционных корпораций следует рассмотреть новую систему учета рабочего времени, расширенный ДМС компенсирующего типа, корпоративные библиотеки, обучающие курсы, танцы, бесплатный фитнес, питание, облачные хранилища, ПО и эргономичное, дистанционное рабочее место. Пересмотр обеспечения и самого понятия о «комфортных» условиях труда [5, с.1-3].

Информация о закрытии границ, санкции против РФ, суверенный интернет и предустановка отечественного ПО демонстрирует множественность факторов странового риска. Была выявлена негативная тенденция оттока высококвалифицированных экспатов, трудоустроенных

в российские компании с зонами роста для выхода на международные рынки. В РФ частой практикой был найм в Совет директоров иностранных специалистов с ценными практическими навыками в ИТ, FinTech, DataScience, Machine Learning из других стран. Влияние дистанционной работы и оттока признанных экспертов во многом ускорило процесс подбора и развития собственных кадров для цифровой экономики [6, 7].

Экономия на офисах и филиалах создаст временно-свободные средства и резервы под будущие капитальные затраты, поэтому риск менеджмента ставит под угрозу эффективность вложений, особенно в условиях оттока топ-менеджмента из компании. Во многом от решения управляющего персонала, его осведомленности об изменениях в кредитных программах зависит стоимость привлечения заемных средств и уровень кредитного риска.

Технологический риск в цифровой экономике оказывает решающее влияние на дальнейшее существование компании. В условиях, конкурирующих известных ИТ-продуктов и возможного появления революционного нового, выбор между эволюционным и революционным ПО может привести к банкротству любой корпорации. Существует проблема подбора комплектующих для рабочих ПК, в которой смена всего одной детали способна повысить эффективность работы всей компании, а несовместимость с будущими деталями к полной замене основных средств или банкротству. Компьютеры, ноутбуки, планшеты или телефоны? Цифровая экономика будет зависеть от чипов смартфона или от процессоров Intel, AMD и ARM? Качественный переход на более технически совершенные системы происходит раз в 2 - 3 года, каждые 7 - 10 лет на революционные. Наблюдается ускоряющаяся частота появления прорывных систем, опережающая амортизацию, компании прибегают к сублизингу и частой смене дорогостоящего оборудования, тем самым снижая издержки на покупку собственного [8, с.127-128].

Зависимость компаний реального сектора экономики от информационного и технологического приводит к вероятности возникновения ситуации с единственным поставщиком уникального товара или борьбы за редкий высококвалифицированный человеческий капитал, от присутствия которого зависит вся компания. Правом решающего голоса наделяются технологические и информационные компании, устанавливается одна из форм социального управления – технократия, нетократия или меритократия. Нестабильность положения компаний реального сектора, учащаются слияния и поглощения, монополизированные рынки. В такой системе распространяется бизнес-модель отложенного эффективного производства по запросу. Таким образом усложняются логистические

цепочки поставок, которые в дальнейшем потребуют усложнения модульного (коробочного) софта, т.е. это вызовет окончательный переход корпораций на микросервисные технологии, которые будут нуждаться в постоянной доработке и контроле, но обеспечат индивидуализацию основных и скрытых логических связей в работе. Поскольку основная масса крупных корпораций после качественного перехода к измененным бизнес-процессам крупного бизнеса, как правило, заменяет модульные системы на микросервисные, поэтому дополнительных затрат, по части минимизации технических рисков и сбоев в функционировании связей, не потребуется. Дополнительным обеспечением удобства и защищенности внутренней системы является практика создания собственной или покупки внешней экосистемы [9].

Платформенные рынки, заметно выросшие в период пандемии, оказались эффективны в быстром изменении под запросы пользователей и компаний. Так Ozon, Avito, AliExpress, Яндекс, ВКонтакте, Instagram показали положительные результаты взаимодействия не только в рамках B2C, но и B2B. Продажи компании в большей степени стали зависеть от приложений, как платформы, страницы в социальных сетях и отзывах на публикуемую продукцию. Точки возможного роста были обеспечены возможностями многоканальности платформ, но также, обозначенная и не когда эффективная практика, в процессе работы в дистанционном формате, выявила проблемы с повторяемостью процедур постоянными клиентами, длительностью ожидания связи с call-центром и постоянным возвратом к началу, перенаправлению потенциального заказчика по другому каналу. Данная ситуация подтвердила необходимость модификации многоканальной системы до омниканальности, выражающейся в идентификации важных клиентов с помощью маршрутизации, распознаванием ИИ ежемесячной потребности и подбором подходящего варианта, на основе статистики по отдельно взятому пользователю. Бесшовность каналов взаимодействия, согласно мировой практике, вызывает уважение и лояльность клиентов, ускоряет процессы коммуникации и позволяет сократить персонал call-центра, тем самым обеспечив новые свободные средства.

Информация о предстоящем введении цифрового рубля готовит компании к предстоящим затратам на обеспечение работы нового платежного средства, способного выполнять свои функции в формате реального времени. Данная новость предвещает перемещение части депозитов в цифровой рубль, рост стоимости обслуживания банками, комиссии, рост кредитного риска, а также, согласно аналитике ЦБ, способно привести к изменению среднего спреда ставок денежного рынка относительно ключевой ставки и, как следствие, повлиять на ставки

других сегментов финансового рынка. Цифровая валюта обеспечит ценовую стабильность и независимость от колебаний иностранной валюты, а также наиболее успешная реализация спровоцирует обмен опытом с другими странами, повысит положительный эффект от международного сотрудничества, таким образом позволит достигнуть 17 цели устойчивого развития [10, с.12].

Попытка компенсировать затраты на цифровой рубль банками с помощью новых комиссий позволит собрать необходимые ресурсы для развития и оптимизации банковских услуг. Обозначенные меры направлены на повышение конкурентоспособности банков, поэтому можно говорить о возрастающей конкуренции в сфере FinTech и некоторых убытках или предстоящих затратах на внеплановое развитие компаний данного сектора.

В основе бизнес-модели цифровых платформ лежит массированный сбор персональных данных о пользователях, а следовательно, возрастут затраты на систематизацию излишне собранных данных, поиск или обучение «цифровых» кадров, обрабатывающих и осуществляющих поиск оптимальных границ сбора данных. Система предполагает раскрытие персональных конечных выгодоприобретателей, что противоречит политике максимизации прибыли и политике неразглашения, что также может вызвать споры, т.е. повысить агентские риски. Таким образом деятельность публичной власти, обеспечившая дистанционную форму организации работы граждан, спровоцировала ускорение перестройки традиционной государственности и плюрализма в цифровое государство (мега-платформу), со спиралью молчания и сокращенным теневым и серым сектором экономики.

Список использованных источников:

1. garant.ru – URL : <https://www.garant.ru/news/1343170/> (дата обращения : 29.03.2021).
2. consultant.ru - URL : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_350443/f4747f877a2533f4b46db38da45b754a85ba6cf6/ (дата обращения : 29.03.2021).
3. cbr.ru – URL : https://cbr.ru/fintech/regulatory_sandbox/ (дата обращения : 29.03.2021).
4. Центральный Банк РФ. Основные направления развития финансовых технологий. – 2018. – С. 17-18.
5. Министерство экономического развития РФ. Экономические эффекты гибких форматов работы // Аналитический обзор лучших международных практик по гибким форматам работы. – 2020. – С. 1-3.
6. Wikipedia.org – URL : https://ru.wikipedia.org/wiki/Закон_о_предустановке_российского_ПО (дата обращения : 29.03.2021).
7. cnews.ru – URL : <https://www.cnews.ru/news/top/> (дата обращения: 30.03.2021).

8. Скрипкин К. Экономика информационных продуктов и услуг // Учебное пособие. – 2019. – С. 127-128.
9. habr.com – URL : <https://habr.com/ru/post/497248/> (дата обращения : 31.03.2021).
10. Центральный Банк РФ. Что изменится для банков и их клиентов с введением цифрового рубля // Аналитическая записка. – 2021. – С. 12.

Сергеев Артемий Сергеевич
Sergeev Artemij Sergeevitz
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Экономика фирмы и старт-ап»
Master program «Business economics and start-up»
e-mail: arsersergeev@gmail.com

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЭЛЕКТРОННЫХ ПЛОЩАДОК **DIGITALIZATION OF PUBLIC PROCUREMENT. COMPARATIVE ANALYSIS OF ELECTRONIC PLATFORMS**

Рассматриваются особенности использования электронных торговых площадок субъектами малого предпринимательства для участия в закупках системы государственного заказа.

The article considers the features of using electronic trading platforms by small businesses to participate in the procurement of the state order system.

Ключевые слова: государственные закупки, цифровизация государственных закупок, электронные площадки.

Keywords: public procurement, digitalization of public procurement, electronic platforms.

Цифровизация государственных закупок началась более 10 лет назад, но участие в закупках в электронной форме было необязательно, поэтому большинство закупок проводилось на основе большого комплекта бумажных документов, нотариально заверенных и отправляемых заказчику почтой, что было крайне неудобно и сложно. Сначала была создана Единая информационная система (ЕИС) в сфере закупок, в которой обязательно публиковались сведения обо всех видах государственных закупок, однако сами торги, конкурсы и аукционы проводились в офлайн-форматах, что порождало существенные транзакционные издержки и непрозрачность подведения итогов.

В 2012 году был утвержден перечень товаров и услуг в случае осуществления закупок, которые заказчик обязан проводить аукцион в электронной форме и с этого времени система электронных торгов начинает стремительно развиваться: создавались специальные площадки, обеспечивающие их проведение, и все взаимодействия заказчика и потенциальных поставщиков теперь проводится на них. Федеральные законы №44 и № 223 четко регламентируют проведение электронных торгов. В таблице 1 приведено сравнение принципов, на которых строятся данные федеральные законы.

Таблица 1 – Сравнение принципов 44-ФЗ и 223-ФЗ [1,2]

44-ФЗ	223-ФЗ
Открытость и прозрачность информации	Информационная открытость закупки
Создание равных условий для обеспечения конкуренции между участниками закупок	Равноправие, справедливость, отсутствие дискриминации и необоснованных ограничений конкуренции по отношению к участникам закупки
Принцип эффективности осуществления закупок	Целевое и экономически эффективное расходование денежных средств на приобретение товаров, работ, услуг и реализация мер, направленных на сокращение издержек заказчика
Принцип профессионализма заказчика	
В 44-ФЗ достаточно жестко, закрытым списком, перечислены все требования, которые заказчик может установить к участникам	Отсутствие ограничения допуска к участию в закупке путем установления не измеряемых требований к участникам закупки
Принцип стимулирования инноваций	Заказчик обязан принять План закупки инновационной продукции (не перечислено среди принципов)
Принцип ответственности за результативность	За нарушение требований 223-ФЗ виновные лица несут ответственность в соответствии с законодательством РФ (не перечислено среди принципов)
Принцип единства контрактной системы в сфере закупок	

В 2019 году Правительство России своим распоряжением от 31 января 2019 года № 117-р утвердило Концепцию повышения эффективности бюджетных расходов в 2019–2024 годах. Раздел VII этой Концепции

посвящен совершенствованию системы закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных (муниципальных) нужд, в том числе оптимизация процедур закупок, развитие функционала ЕИС [3].

Данные ЕИС позволяют проводить открытый анализ результатов проведения электронных торгов. Несмотря на пандемию и несколько месяцев карантина, объем закупок в 2020 году вырос на 11,7 % по сравнению с 2019 годом. Эти результаты демонстрируют, что упрощение и открытость процедур, квоты для субъектов МСП стимулируют активное использование малым бизнесом возможностей госзаказа особенно в электронном формате для развития. Однако остаются проблемы входа, связанные в первую очередь с тем, что электронных площадок много, их функционал разнообразен, процедуры торгов достаточно сложны, а конкуренция, в связи с участием поставщиков со всей страны, обостряется.

Для осуществления государственных закупок используются разнообразные электронные площадки. Участники закупок, обращающиеся к электронным площадкам вынуждены определять на собственном опыте, какую площадку лучше использовать для себя, поэтому представленный сравнительный анализ электронных площадок предназначен для того, чтобы выявить особенности каждой из них и дать рекомендации, какие площадки стоит использовать в различных ситуациях.

Следует понимать, что площадок для размещения тендеров и закупок существует несметное количество, однако есть перечень отобранных операторов электронных площадок, на которых располагаются закупки, которые могут быть оплачены из средств госбюджета. В связи с этим было рассмотрено 8 электронных площадок. Закупки в сфере оборонного заказа и соответствующие торговые площадки рассмотрены не были.

Критерии, по которым сравнивались электронные площадки, выбирались на основе общения с участниками госзакупок, а также по рекомендации специалистов, у которых я проходил обучение по работе с госзаказом. Далее был проведен опрос пользователей площадок, которые оценивали их по каждому критерию по привычной пятибалльной системе.

Также для выбора подходящей площадки участников интересуют другие особенности площадок, такие как: доступность и необходимые условия для участия в закупках на электронной площадке, специализация площадки, стоимость пользования услугами торговой площадки, прочие сервисы торговой площадки.

По результатам опроса самая удобная электронная площадка для пользователя – НЭП Фабрикант, т.к. по сумме критериев она является лидером. Но чтобы сделать выбор для участия в государственных закупках нужно исходить из других особенностей площадок. Исходя из этого были сформированы следующие выводы:

ЭТП Заказ РФ для участия не требует много усилий и денежных средств. Электронная площадка размещает в себе достаточное количество торгов, что хорошо подходит для знакомства с системой государственного заказа. А регистрация на площадке дополнительно позволяет получать бесплатную рассылку новых закупок.

ЭТП Газпромбанка специализируется на закупках Газпрома, однако участие в них происходит за дополнительную плату. Из-за больших стоимостей лотов, данная площадка плохо подходит, например для СМП.

ЭТП РТС-Тендер предоставляет большой выбор закупок и относительно невысокие средние для использования площадки. Такая площадка зарекомендовала себя для среднего бизнеса, о чем свидетельствует значение в 27% от всех государственных торгов в стране, проходящих на площадке.

ЭТП Текторг подходит для тех, кто хочет попробовать себя в закупках Роснефти за относительно небольшую плату, но, как и в случае с Газпромом, имеет большие цены лотов.

Сбербанк-АТС - самая удобная и крупная площадка для СМП, так как предоставляет много льгот, и большой выбор закупок. На площадке проходит до 47% всех государственных торгов в стране.

НЭП-Фабрикант единственная предоставляет закупки от госкорпорации Росатом. Основная же специализация площадки - закупки по капремонту. В связи с этим на площадке дорогие тарифы и много дополнительных услуг, из-за чего плохо подходит для малого бизнеса.

ЭТП РАД предоставляет одни из самых дешевых тарифов для пользования услугами площадки и на втором месте по удобству использования по результатам опроса, однако на площадке размещено мало закупок, в связи с чем эта площадка хорошо для начала участия в торгах и хорошо подходит для СМП.

ЭТП Росэлторг является самой дорогой площадкой среди перечисленных, и именно поэтому является хорошим выбором для крупных фирм, которые могут потратить достаточно средств для получения всех выгод использования площадки.

Таким образом, выбор площадки для участия в электронных торгах через систему госзакупок для субъектов МСП определяется следующими факторами:

- Кем являются потенциальные клиенты фирмы и есть ли желание попробовать себя в торгах крупнейших госкорпораций;
- В каком банке обслуживается фирма и есть ли готовность открыть специальный счет в банке партнере электронной площадки;
- Финансовыми возможностями фирмы для оплаты услуг площадки и потенциальному доходу от ее использования;
- Наличие опыта работы с электронными площадками у Ваших сотрудников.

Опрос пользователей площадок, а также публикаций по теме организации государственных закупок показал, что система развивается, становится более прозрачной, процедуры взаимодействия заказчика и потенциальных поставщиков становятся четче, работа с жалобами и анализ заключенных контрактов со стороны конкурентов и волонтеров становятся все более массовым явлением. Федеральная антимонопольная служба, перейдя в период пандемии на удаленный режим работы, также обеспечила большую открытость и контроль за проведением торгов, устанавливая равные права для всех участников, усложняя использование рычагов недобросовестной конкуренции. Однако это существенно усилило конкурентную борьбу и усложнились методы ее ведения. Это требует от потенциальных поставщиков достаточного уровня квалификации для работы на таком высококонкурентном рынке, особенно в условиях экономического кризиса, когда остальные рынки, существующие в стране, существенно сокращаются, что, несомненно, говорит о необходимости формирования методики создания в компании системы работы с государственным заказом.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц" от 18.07.2011 N 223-ФЗ (последняя редакция) – Ст. 3.
2. Федеральный закон "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" от 05.04.2013 N 44-ФЗ (последняя редакция) – Ст. 6-12, 30.
3. Сайт Единой информационной системы в сфере закупок [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://zakupki.gov.ru>

Сердюков Евгений Евгеньевич
Serdiukov Evgenii Evgeniivich,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Государственная и муниципальная служба»
Master program "State and municipal service"
e-mail: misterserd1@yandex.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ IMPROVING THE SYSTEM OF PROVIDING PUBLIC SERVICES

В государственных услугах граждане нуждаются постоянно, поэтому необходимо обеспечить их своевременное и качественное предоставление. Решение этой задачи существенно упрощается с применением цифровых технологий. В данной статье предложен ряд рекомендаций, направленных на совершенствование работы портала «Государственные услуги».

Citizens constantly need public services, therefore it is necessary to ensure their timely and high-quality provision. The solution to this problem is greatly simplified with the use of digital technologies. This article offers a number of recommendations aimed at improving the work of the portal "Public Services".

Ключевые слова: государственные услуги, цифровые технологии, голосовой помощник.

Key words: management public services, digital technologies, voice assistant.

Актуальность рассматриваемой проблемы заключается в том, что государственные услуги в интернете стали неотъемлемым связующим звеном между человеком и государством. Ранее общение происходило преимущественно односторонне, через телеэкран, т.е. без обратной связи, вопросов или критики в ответ. С приходом интернета всё изменилось в лучшую сторону, так как люди стали напрямую выражать свое мнение и задавать интересующие их вопросы, а впоследствии получать ответ или какое-либо решение. Также с приходом интернета появилась возможность сделать работу чиновников более открытой и доступной для общественного контроля.

Для информированности граждан как потребителей государственных услуг требуется единая информационная система, которая позволит использовать разные информационные источники, обеспечить обмен данными между ними, предоставить гражданам доступ к системе, постоянно информировать их о предоставляющих услуги государственных учреждениях, об их функциях и обязанностях, о порядке предоставления

ими услуг гражданам, о правах потребителей услуг и других аспектах взаимодействия власти и населения [4].

Размещение информации об исполнении органом государственной власти своих функций и предоставлении ими государственных услуг выполняется в соответствии с п. 15 постановления Правительства Российской Федерации от 16.05.2011 г. № 373 «О разработке и утверждении административных регламентов исполнения государственных функций и административных регламентов предоставления государственных услуг» [2].

Президент Российской Федерации В.В. Путин подчеркивал необходимость цифровизации государственного управления ещё в 2007 году, тогда, собственно, и была разработана «Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации», утвержденная Президентом Российской Федерации от 7 февраля 2008 года № Пр-212. Основной упор в данной программе делался на реализацию через сеть интернет ряда полномочий государственных и муниципальных органов власти, а также предоставление государственных услуг в электронном формате. Данная программа дала жизнь всем известному portalу «Государственные услуги», на котором зарегистрировано, на данный момент, более 100 миллионов жителей нашей страны. Далее, данная тема получила развитие в Указе Президента Российской Федерации от 09.05.2017 №203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017- 2030 годы» [1]. Главная цель данного указа - создать необходимые условия для развития в Российской Федерации общества знаний. Также данный указ направлен на формирование устойчивого механизма взаимодействия граждан страны с органами власти.

Portal «Государственные услуги» дал поток свежего воздуха как чиновникам, так и гражданам, ведь с появлением данного portalа, людям стало намного проще получать ответы на интересующие их вопросы. Если раньше приходилось ехать через весь город, потом стоять в огромных очередях, то теперь достаточно написать обращение и задать интересующий вопрос через portal «Государственные услуги».

Особенностями предоставления государственных услуг в электронном виде является отсутствие прямого контакта заявителя с лицом, предоставляющим государственную услугу, что способствует сокращению возможности коррупционных проявлений в процессе подготовки и принятия административных решений; доступность этих услуг в любое время и из любого места, что позволяет гражданам чаще обращаться и быстрее получать ответы [3].

Усиление роли цифровизации в государственном (муниципальном) управлении лучше всего может описать ситуация, с которой

столкнулись все жители нашей страны. Речь идет о пандемии COVID-19. Находясь на самоизоляции, граждане утратили возможность непосредственно общаться с государственными органами власти. Именно в этот период наиболее ярко проявилась необходимость и значимость портала «Государственные услуги». Через этот портал реализовывались меры поддержки граждан в период пандемии. Благодаря portalу многие граждане смогли получить социальные выплаты на детей до 16 лет и другие государственные пособия и субсидии. Это облегчило жизнь миллионам граждан, так как для получения выплат надо было всего лишь зарегистрироваться на портале «Государственные услуги» и ввести необходимые реквизиты. Никакого выхода из дома, никаких очередей.

Несмотря на хорошую работу портала, он всё ещё не до конца удобен и понятен многим гражданам. На мой взгляд, для улучшения работы портала и повышения качества предоставления государственных услуг необходимо провести ряд изменений.

Во-первых, замена существующего, устаревшего интерфейса на более новый, современный, с которым будет удобно и быстро решать многие вопросы. С существующим интерфейсом возникают некоторые сложности, которые препятствуют активно использовать портал, особенно с данными препятствиями сталкиваются люди пожилого возраста. Интерфейс должен быть интуитивным, понятным, чтобы человек заходил на портал и сразу понимал, куда ему надо нажать, чтобы решить свой вопрос.

Во-вторых, создание голосового помощника, который позволит существенно упростить работу с сайтом. С помощью голосового помощника люди будут быстро решать свои вопросы, ведь это удобно и понятно. Реализация этого нововведения не потребует много времени и средств, ведь такая технология существует давно и используется многими крупными компаниями нашей страны.

Голосовой помощник будет реализован по принципу беседы. То есть, человек заходит на портал «Государственные услуги» и видит перед собой робота, который предлагает начать беседу. В ходе беседы человек говорит, какая услуга его интересует, затем голосовой помощник рассказывает, как человеку можно получить данную услугу и что для этого требуется. Это будет удобнее для человека, ведь ему не придется читать большое количество информации, а ему сразу скажут главное и пришлют памятку с основными моментами.

В-третьих, сокращение количества посещений различных ведомств, для получения государственной услуги, предоставляемой на пор-

тале «Государственные услуги». Например, чтобы получить заграничный паспорт, необходимо дважды посещать Главное управление по вопросам миграции Министерства внутренних дел РФ. Первый раз, чтобы принести оригиналы документов и сфотографироваться. Второй раз, чтобы забрать готовый документ. Между этими двумя событиями проходит очень большой срок, который неудобен для гражданина, получающего данную услугу. Эту проблему можно решить простым способом. При подаче заявления, гражданину необходимо загрузить полный пакет документов и фотографию. Затем остается ждать приглашения в ведомство, для проверки оригинальных документов и выдачи заграничного паспорта. Если реализовать данное нововведение, то срок предоставления этой услуги может сократиться в несколько раз, что значительно упростит жизнь многим гражданам.

В заключение хочется отметить, что существующая система предоставления государственных услуг требует доработки в техническом плане. Создание нового, интуитивного интерфейса упростит навигацию по portalу «Государственные услуги». С помощью голосового помощника граждане будут быстрее решать интересующие их вопросы, особенно данная функция будет полезна людям пожилого возраста. Сокращение количества посещений различных ведомств дает возможность уменьшить время получения государственной услуги. В эпоху цифровизации необходимо развивать и внедрять новые технологии в систему предоставления государственных услуг. Данные нововведения позволят ускорить процесс общения граждан и органов власти.

Список использованных источников:

1. Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы».
2. Постановление Правительства Российской Федерации от 16.05.2011 г. № 373 «О разработке и утверждении административных регламентов исполнения государственных функций и административных регламентов предоставления государственных услуг».
3. Курбатова О.В. Предоставление государственных услуг с использованием информационных технологий // Актуальные проблемы административного права и процесса. 2020. № 2. С.28-30.
4. Москалева Т. А. Основные направления совершенствования системы предоставления государственных услуг // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. 2014. №2 (180). С. 26-30.

Сетдеков Артур Абдрошитович
Setdekov Arthur Abdroshitovich
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Магистерская программа
«Государственные и муниципальные финансы»
Master program "State and municipal finance"
e-mail: arthur_setdekov@mail.ru

**ИССЛЕДОВАНИЕ ЗАВИСИМОСТИ ДОХОДОВ
ОТ УПРАВЛЕНИЯ СВОБОДНЫМ ОСТАТКОМ СРЕДСТВ
НА ЕДИНОМ СЧЕТЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО БЮДЖЕТА
ОТ ОБЪЕМОВ РАЗМЕЩЕННЫХ СРЕДСТВ
STUDY OF REGRESSION BETWEEN INCOMES
AND INVESTMENTS OF FREE FEDERAL BUDGET FUNDS**

Исследованы зависимости между объемами размещения Федеральным казначейством временно свободных средств федерального бюджета и полученными доходами. Построены эконометрические модели, описываемые уравнением полинома во второй степени (типа $y = a + b \cdot x - c \cdot x^2$), на основе которых возможно получить прогноз дохода от размещения свободных бюджетных средств.

Study of the regression between investments of temporarily free federal budget funds and it's incomes for Treasury of Russia. Econometric models are found, which are described by the equation of a polynomial in the second degree (type $y = a + b \cdot x - c \cdot x^2$), on the basis of which it is possible to obtain a forecast of income from the investments of free balance of budget funds.

Ключевые слова: Казначейство России, единый счет федерального бюджета, управление ликвидностью, временно свободный остаток средств федерального бюджета, зависимость между объемом доходов и объемом размещенных средств, кэш-менеджмент

Key words: Treasury of Russia, unified account of the federal budget of Russian Federation, liquidity management, temporarily free balance of federal budget funds, the regression between income and the amount of invested funds, cash-management

Развивающееся направление деятельности по размещению временно свободного остатка средств федерального бюджета и извлечение из этой деятельности дохода, привело к тому, что Федеральное казначейство стало одним из крупных (по объему доходов) администраторов доходов федерального бюджета [1].

Возникшая деятельность по кэш-менеджменту является прорывной частью в науке и практике, которая позволила за 11 лет дополнительно привлечь в федеральный бюджет более 700 млрд. рублей [2].

Перспективным направлением кэш-менеджмента средств федерального бюджета становится выработка финансово-бюджетной стратегии и политики управления временно свободным остатком средств федерального бюджета. Это требует математического инструментария, с помощью которого возможно смоделировать наиболее эффективные схемы размещения временно свободного остатка средств федерального бюджета и спрогнозировать результаты. Прогнозирование должно опираться на знание о влиянии на рынок временно свободных бюджетных средств различных факторов, на знание о наличии тенденций и зависимостей, базовой из которых является зависимость объема доходов от объема размещенных Федеральным казначейством средств.

Поэтому целью настоящей работы является выявление возможной зависимости объема доходов от объема размещенного свободного остатка средств федерального бюджета.

Для исследования были использованы два источника данных.

Первый источник данных – публикация заместителя руководителя Федерального казначейства С.Е. Прокофьева, которая содержит сводную информацию об объемах доходов и объемах размещенных средств за период с 2008 год по 2018 год [3].

Второй источник данных – официальная отчетность, подготовленная Федеральным казначейством: Отчеты об исполнении федерального бюджета (форма ОКУД 0507011) с 2008 года по 2019 год. В Отчетах формы ОКУД 0507011 в разделе 1 «Доходы федерального бюджета» (подраздел 1.1 «Поступления доходов в федеральный бюджет», рубрика «Доходы от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности») указана информация об объеме доходов от управления Федеральным казначейством временно свободным остатком средств федерального бюджета – причем за последние годы данная информация указана в расшифровке по видам источников доходов. Недостатком формы ОКУД 0507011 с точки зрения нашего исследования является то, что в них напрямую не указана информация об объеме размещенных Федеральным казначейством временно свободных средств. Вместо этого, в отчетах формы ОКУД 0507011 в разделе 3 «Источники финансирования дефицита федерального бюджета» (подраздел 3.2 «Источники финансирования дефицита федерального бюджета по главным администраторам») – по главному администратору по главе «100» (Федеральное казначейство), – указана информация об «отрицательных» денежных потоках временно свободных денежных средств, возникших вследствие операций, проводимых Федеральным казначейством. Те отрицательные денежные потоки, которые, по авторской оценке, могли быть использованы Федеральным казначейством для размещения с целью извлечения дохода, мы условно принимаем за объем

размещенных Федеральным казначейством временно свободного остатка средств федерального бюджета – аналогично данным из первого источника. Для удобства расчетов сумма «отрицательных» денежных потоков приведена в графе 4 таблицы 1 со знаком «плюс».

Таблица 1 – Массивы данных, использованные при исследовании зависимости объемов доходов от объема размещенных средств

Год	Источник 1: информация из публикации С.Е. Прокофьева		Источник 2: итоговая информация из форм ОКУД 0507011 (с округлением)		Средние значения (с округлением)	
	доходы, млрд. руб.	объем размещенных средств, млрд. руб.	доходы, млрд. руб.	объем размещенных средств, млрд. руб.	доходы, млрд. руб.	объем размещенных средств, млрд. руб.
А	1	2	3	4	5	6
2008	16,2	1 785,4	16,4	1 785,4	16,3	1 785,4
2009	18,9	687,1	19,2	687,1	19,1	687,1
2010	4,9	387,2	5,0	387,2	5,0	387,2
2011	19,6	2 189,9	19,7	2 189,9	19,7	2 189,9
2012	22,5	2 028,3	22,6	2 028,3	22,6	2 028,3
2013	30,6	5 946,5	30,7	5 936,5	30,7	5 941,5
2014	49,1	10 003,6	48,9	9 813,4	49,0	9 908,5
2015	75,1	29 371,8	75,3	13 869,4	75,2	21 620,6
2016	82,7	46 387,1	84,9	46 402,8	83,8	46 395,0
2017	73,8	47 953,5	73,9	48 158,8	73,9	48 056,2
2018	85,8	28 433,4	86,4	24 266,8	86,1	26 350,1
2019			181,7	31 826,1		

Мы также исследовали третий массив данных, который представляет собой средние значения из первого и второго источника данных («средние значения»). С учетом того, что в первом источнике (публикация С.Е. Прокофьева) отсутствуют информация за 2019 год, для соблюдения размерности, информацию за 2019 год – мы в дальнейшем не рассматриваем. Кроме того, информация о доходах за 2019 год во втором источнике является явно аномальным значением («выбросом»).

По каждому источнику данных, а также по средним значениям, был проведен регрессионный анализ, в ходе которого были исследованы линейная зависимость, экспоненциальная зависимость, зависимость в виде степенной функции, зависимость в виде логарифмической функции, зависимость в виде полинома во второй степени (парабола).

По результатам регрессионного анализа были отобраны тренды с максимальным коэффициентом детерминации (рисунок 1).

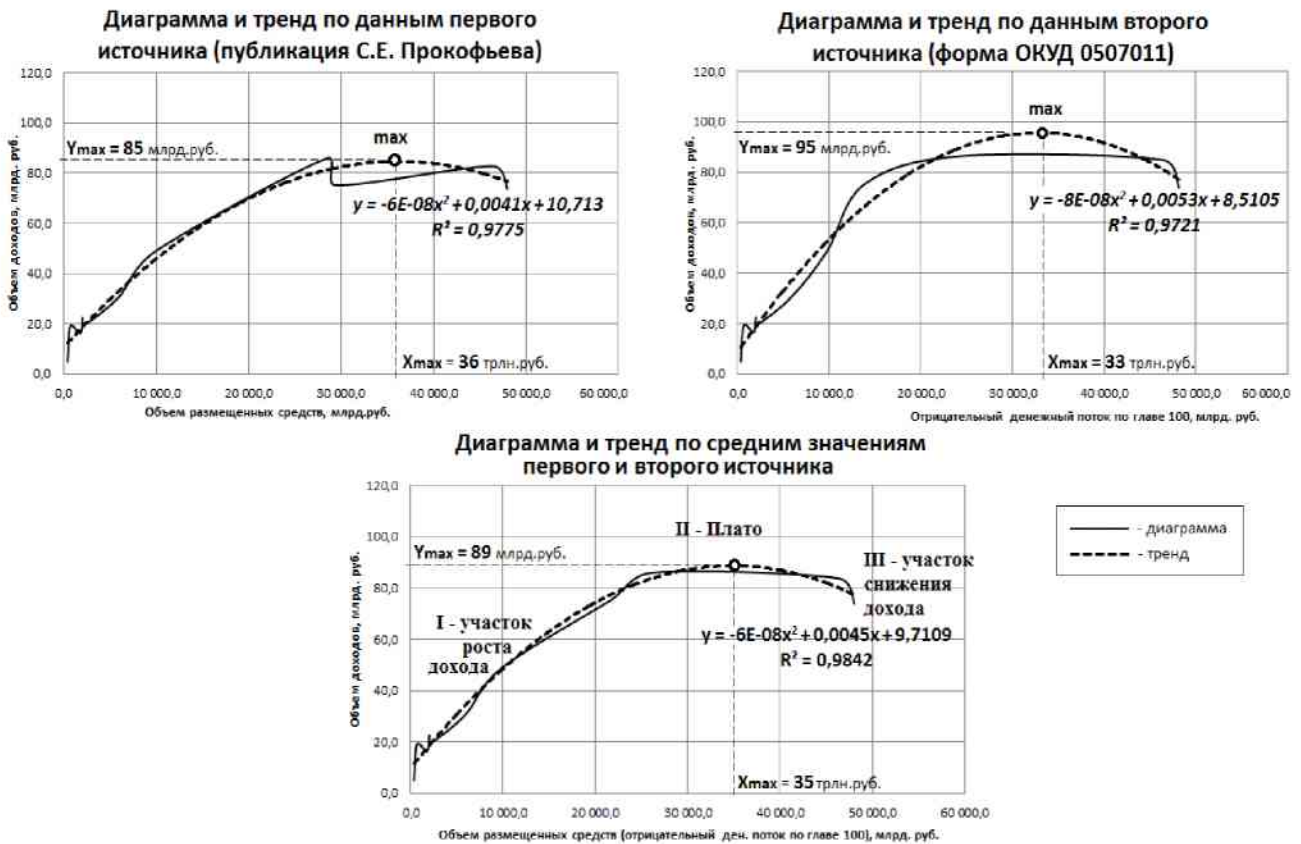


Рисунок 1 – Диаграммы и тренды по данным первого, второго источников и по средним значениям, полученные в результате исследования

По обоим источникам, а также по средним значениям, наибольший коэффициент детерминации (R-квадрат) – был получен у трендов, описываемых уравнением полинома во второй степени: $y = a + b \cdot x - c \cdot x^2$. Коэффициент детерминации для найденных зависимостей в виде полинома во второй степени – для первого источника данных составил 0,9775, для второго источника данных составил 0,9721, для средних значений составил 0,9842. Остальные показатели статистики также подтверждают высокую достоверность полученных трендов в виде полинома во второй степени. Коэффициенты Стьюдента для коэффициентов "b" и "c" – во всех трех уравнениях больше критического значения; расчетные коэффициенты Фишера – для всех трех уравнений больше табличного значения; доверительные интервалы для коэффициентов "b" и "c" – во всех трех уравнениях не содержат ноль. Полученные уравнения зависимости в виде полинома во второй степени для первого источника данных (y_1), второго источника данных (y_2) и для средних значений (y_{cp}) выглядят следующим образом:

$$y_1 = 10,71326185 \text{ млрд.} + 0,004083369 \cdot x_1 - 0,00000005644504 \cdot x_1^2 \quad [1]$$

$$y_2 = 8,531149393 \text{ млрд.} + 0,005284573 \cdot x_2 - 0,0000000801817 \cdot x_2^2 \quad [2]$$

$$y_{cp} = 9,710924489 \text{ млрд.} + 0,004532795 \cdot x_{cp} - 0,0000000649783 \cdot x_{cp}^2 \quad [3]$$

Очевидно, что, несмотря на наличие асимметрии информации, мы получили не только достоверное, но и практически значимое уравнение регрессии. Как видно из рисунка, тренд во всех трех случаях имеет вид параболы, ветви которой направлены вниз. Это означает, что при увеличении объемов размещения временно свободного остатка средств федерального бюджета (x) до определенного значения (x_{max}) – доходы от данных операций – растут (участок роста). После же достижения критического значения (x_{max}) – доходы перестают расти, и остаются на неизменном уровне (участок плато). При дальнейшем увеличении объемов размещения временно свободного остатка средств, участок плато сменяется участком снижения дохода от рассматриваемых операций.

Объяснения этому феномену могут быть отчасти даны в том, что в последние годы, рост операций с временно свободным остатком средств федерального бюджета происходил за счет увеличения низкодоходных вложений (в бюджетные кредиты на пополнение остатка средств субъектов РФ, доходность которых 0,1 процента годовых) и в увеличении их доли (низкодоходных вложений) в общем объеме размещенных средств. Представленная гипотеза требует проверки дальнейшими исследованиями, в которых отдельно будут учитываться факторы высокодоходных и низкодоходных операций, а также данные за более длительный период исследований. Считаем, что дальнейшие исследования в данном направлении могут способствовать не только научному пониманию процессов на рынке временно свободных бюджетных средств, но и выработке эффективной бюджетной политики.

Список использованных источников:

1. Р.Е. Артюхин «Об итогах работы казначейства России за 2019 год и планах на 2020 год»/ Официальный сайт Федерального казначейства – Режим доступа: <https://roskazna.gov.ru/upload/iblock/658/prezentatsiya-r.e.-artyukhina.pdf>
2. Станислав Прокофьев. Внедрение системы казначейских платежей должно стать наивысшей точкой развития кэш-менеджмента в отечественном государственном секторе. 28.02.2020. / Выступление С.Е. Прокофьева 27.02.2020 на ежегодном форуме «Общественные финансы: наука и практика» в рамках VIII Васильевских чтений - https://roskazna.gov.ru/novosti-i-soobshheniya/novosti/1428061/?sphrase_id=3985237
3. С.Е. Прокофьев. Система казначейских платежей. Управление ликвидностью и риск-ориентированное санкционирование/Официальный сайт Федерального

казначейства. М.: 2019 – Режим доступа: <https://roskazna.gov.ru/upload/iblock/e09/prokofev-s.e..pdf>

4. Отчеты об исполнении федерального бюджета (форма ОКУД 0507011) за 2008 год, 2009 год, 2010 год, 2011 год, 2012 год, 2013 год, 2014 год, 2015 год, 2016 год, 2017 год, 2018 год, 2019 год / Официальный сайт Федерального казначейства: Исполнение бюджетов/Федеральный бюджет – Режим доступа: <https://roskazna.gov.ru/ispolnenie-byudzhetrov/federalnyj-byudzheto/183>

Сивчиков Алексей Александрович
Sivchikov Aleksey Aleksandrovich,
 Санкт-Петербургский государственный
 экономический университет
 St. Petersburg State University of Economics
 Программа «Социальное управление в организации»
 Master program “Social management in the organization”
 e-mail: siv4ickov@yandex.ru

**СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
 ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОЙ ПОЗИЦИИ МОЛОДЁЖИ
 В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ
 SOCIO-PHILOSOPHICAL FEATURES OF THE FORMATION
 OF THE CIVIC POSITION OF YOUNG PEOPLE IN THE DIGITAL
 REALITY**

В статье анализируются исторические, социальные и философские предпосылки развития современной молодёжи. Описываются возможности цифровых технологий в повседневной действительности и их потенциал в будущем формировании гражданской позиции молодых людей.

Author analyzes the historical, social and philosophical prerequisites for the development of modern youth. The article describes the possibilities of digital technologies in everyday reality and their potential in the future formation of the civic position of young people.

Ключевые слова: молодёжь, гражданская позиция, цифровая действительность, самоорганизация молодёжи.

Key words: youth, citizenship, digital reality, youth self-organization.

Молодёжь является важным участником процесса развития общества, поэтому исследование проблем её самоорганизации, социализации, общественно-политической активности не теряет свою актуальность в современном мире. С одной стороны это люди, зависимые от текущих социально-экономических условий и степени разработанности молодёж-

ной политики внутри государства, но, в то же время, это самостоятельные субъекты, которые отличаются динамизмом, изменчивыми представлениями и нереализованным потенциалом. Одной из отличительных особенностей молодёжи также является стремление к самостоятельности и соучастию.

Проблемы разногласия поколений, взаимодействия молодых людей и государства существует на протяжении долгого времени. О роли молодёжи в политических преобразованиях писали такие мыслители и политические деятели как К. Маркс, Ф. Энгельс, В. И. Ленин и др. Однако в те времена существовали более острые проблемы (расовая, половая, классовая дискриминация, общий низкий уровень образования и т. д.), не позволявшие молодым людям в полной мере выразить свою гражданскую позицию. Научное понимание молодёжной среды приходится на конец XIX – начало XX века. Первые работы были написаны в рамках популярной на тот момент психологической науки (работы Ш. Бюлер, К. Грооса, Г. Стэнли Холла, Э. Шпрангера, У. Штерна и др.). Учёные рассматривали вопрос детства, первичного становления личности, но уже в этот период наблюдается попытка использовать комплексный, междисциплинарный подход. По мере развития социологии в целом и отраслевой социологии в частности, возникла потребность в осмыслении молодёжи как особой социальной группы (работы И. А. Арямова, А. Б. Залкинда, П. Лазарфельда К. Мангейма, Т. Парсонса, П. А. Сорокина и др.).

Важным периодом в изучении молодёжи считаются 1960-70 годы XX столетия. Во времена послевоенной «стабильности и благополучия», ощущается рост консьюмеризма. Послевоенное поколение, столкнувшись с угрозами ядерной войны и культурным кризисом начинает входить в конфликтное состояние. Итогом борьбы молодёжи с «несправедливой Системой» стала победа «молчаливого большинства». Имея наибольшую численность, «одномерный человек» минимизировал значимость прогрессивных движений и сохранил существующую культурно-историческую и социально-политическую повестку.

В результате молодёжной революции в социологии и философии актуализировались идеи неомарксизма, постмодернизма и постструктурализма. Эти направления представлены такими исследователями как:

- 1) Ж. Бодрийяр (идея «симуляции и симулякров»);
- 2) Ги Дебор (идея «общества спектакля», трактовка социальных действий как преднамеренное «представление»);
- 3) Ж.-Ф. Лиотар (идея об исчезновении «метанарративов», о иррациональности существующих научных и культурных мифов);
- 4) М. Фуко (социальные явления обусловлены способом распределения власти, а представления человека о себе и окружающем его мире

формируются в контексте исторического процесса и отражены в дискурсе).

5) Франкфуртская социологическая школа (Т. Адорно, Г. Маркузе, Э. Фромм, Ю. Хабермас, М. Хоркхаймер и пр. – идея духовного, интеллектуального и физического отчуждения человека, его боязни соприкоснуться с «реальным», не тоталитарным по своей сути миром. Главная роль в преобразовании существующей системы отводилась интеллигенции и маргинальным слоям, исключенным из процесса активного потребления, заработка и траты) и др.

Результатом исчезновения метанарратива (объединяющего и стабилизирующего типа представления об обществе по Ж. Ф. Лиотару) становится современная реальность, которая характеризуется ироничностью, отказ от метанарратива становится новым метанарративом. Одним из главных элементов виртуального дискурса становится мем. Общественная культура осознаёт своё несовершенство, предел развития, мнимую возвышенность и не просто обличает это, но и смягчает последствия психологической травмы личности от осознания данного факта. Главенствующий смысл приобретает индивидуальный мир молодого человека, а не большая общественная идея.

Неоднородность описываемой социальной группы усложняет внедрение технологий формирования гражданской позиции молодёжи. В связи с этим возникает потребность создания общего политического дискурса в молодёжной среде, который позволял бы осуществлять споры в рамках схожих категорий. Одним из условий для возникновения общего дискурса является образование. Но система образования зависит от множества факторов и не всегда отражает актуальные позиции и идеи. Российские исследователи Ю. А. Зубок, В. И. Чупров представляют риск и неопределенность в качестве одних из ключевых факторов развития молодёжи. В условиях неопределенности доминирует иная логика представлений о рациональном и иррациональном. Молодые люди ставят под сомнение образование, воспитание и семью как источники формирования ценностей. Например Хрипина И. И. выделяет наиболее важные качества личности, определяющие гражданскую позицию: патриотизм; нравственность и т. д. Развитие этих качеств не может являться целью при формировании гражданской позиции молодёжи, так как являются производными от молодёжной политики. Открытые площадки для дискуссий, свобода слова и самовыражения, конкурентная борьба в молодёжной среде и соучастие молодых людей в решении политических вопросов, напротив, развивает подобные качества, но не акцентирует на них внимание как на самоцели.

Реализации интересов молодёжи является важным моментом при формировании её гражданской позиции. А. Э. Ушамирский выделяет пять уровней, на которых проявляется регулирующая роль самоорганизации молодёжи в условиях конфликта [4, 14]: субкультурный; институциональный; уровень общественных объединений; уровень межличностных связей; личностный уровень. По мнению автора, реализация интересов подразумевает, с одной стороны, изменение группового молодёжного сознания (потребностей, интересов, ценностей), с другой – регулирование со стороны различных структур и институтов. При этом приоритетной задачей является встраивание молодёжи в институциональную систему общества, что можно сделать с использованием цифровых технологий.

Рассматривая сетевое общество, М. В. Ильичева использует в своей понятие сетевые структуры. Их функции сводятся не только к коммуникации в цифровой среде, но и к определению мировоззренческих позиций, формирующих сетевое общество. Власть в таком обществе децентрализована, в нём преобладают горизонтальные связи. Л. С. Мамут считает создание сетевого государства фантастичным сценарием, так как в нём отсутствует принцип иерархии. Цифровое пространство на данный момент даёт небольшую возможность соучастия граждан в управлении, то есть, общество только начинает путь к цифровой демократии, не придерживаясь при этом экстремальных вариантов сетевого управления.

Например люди, проживающие в одном доме могут поддерживать связь с управляющей компанией в социальных сетях, оперативно обмениваясь актуальной информацией, минимизируя бюрократический процесс (но не исключая его полностью). Минфин России имеет аккаунты в Instagram, Facebook, Twitter, ВКонтакте, тем самым сокращая гражданскую активность человека до полезного содержательного комментария. Проект «Активный гражданин» в г. Москве направлен на развитие города через электронное голосование его жителей в пользу определенных инициатив. Такие проекты распределяют ответственность за состояние населенного пункта между гражданами, повышают уровень доверия к власти. Молодёжь может самостоятельно оценивать работу государственных органов, изменять окружающую действительность через открытые источники виртуального пространства (сайты). Общество «спектакля» приобретает возможность стать «открытым» обществом. Существует и другая точка зрения. М. В. Ильичева пишет: «внедрение цифровых ИКТ не идет параллельно с развитием цифровой демократии, ... акцент в электронном государстве делается на оказание госуслуг, а не на развитие электронной демократии» [2, 35]. Развитие цифровых дискуссионных площадок, на которых не будет запрета на выражение любых идей (не запрещенных

законом) может пробудить интерес молодёжи к выражению своей гражданской позиции. Но инициатива властных органов в отношении сбора и хранения персональной информации (ФЗ от 6 июля 2016 г. № 374 и № 375) актуализирует вопрос о доверии власти к населению и наоборот.

Таким образом, формирование гражданской позиции современной молодёжи имеет свои социальные, философские и исторические и технологические предпосылки. Молодые люди идейно неоднородны, однако способны воспринять множественность истины и разнообразие точек зрения. Большие метанарративы не мотивируют людей, реальность иронично осмысливает саму себя. В этой связи теряет смысл формализованный подход к взаимодействию с молодёжью (директивное управление и регулирование молодёжной активности), актуализируется вопрос удовлетворения её интересов как социальной группы и участника политических отношений, то есть субъекта. Субъектность молодёжи определяется едиными способами объяснения индивидами своих действий, что возможно осуществить через систему образования. В то же время патернализм провоцирует возникновение конфликтной ситуации как между молодёжными группами, так и между государством и молодыми людьми. Виртуальная среда и цифровые технологии дают возможность безопасного открытого взаимодействия органов власти и представителей молодёжи, но эффективность соучастия молодых людей, их гражданская позиция определяется уровнем доверия к ним как полноценным участникам политического процесса. Цифровые технологии всё ещё являются инструментом в руках человека, поэтому воспроизведение «общества спектакля» (формальная открытость, бюрократия и пр.) или его замена «открытым обществом» (осознанное соучастие молодёжи, переосмысление демократии) будет зависеть от социально-философских установок индивида и социальных групп.

Список использованных источников:

1. Зубок Ю. А., Чупров В. И. Социальная регуляция в условиях неопределённости. Теоретические и прикладные проблемы в исследовании молодежи // Мониторинг. – 2008. – №2 (86). – С. 142-155.
2. Ильичева М. В. Трансформация взаимодействия государства и гражданского общества в цифровой реальности // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. – 2020. – №4. – С. 28-37.
3. Луков В. А. Социокультурные основания субъектности российской молодёжи (тезаурусная концепция молодежи): автореф. дис. ... д-ра социологии: 22.00.06 / Луков Валерий Андреевич; МосГУ. – Москва, 2019. – 42 с.
4. Ушамирский А. Э. Социальный механизм регулирования процесса реализации интересов молодежи в условиях конфликта: автореф. дис. ... д-ра социологии: 22.00.08 / Ушамирский Алексей Эдуардович; БелГУ. – Белгород, 2020. – 38 с.

Скалабан Мария Павловна
Skalaban Mariia Pavlovna
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Банки и управление активами»
Master program “Banks and asset management”
e-mail: skalaban-mariya@mail.ru

**АНАЛИЗ МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ УРОВНЯ
ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ
ANALYSIS OF METHODOLOGICAL APPROACHES
TO ASSESSING THE LEVEL OF FINANCIAL LITERACY**

В статье рассмотрены отечественные и зарубежные научные школы, исследующие вопросы финансовой грамотности населения. Изучены методические подходы к оценке уровня финансовой грамотности. Проведен сравнительный анализ показателей финансовой грамотности в странах мира. Сделаны выводы о необходимости дальнейших научных изысканий в данной области.

The article examines national and foreign scientific schools researching the issues of financial literacy. The methodological approaches to assessing the level of financial literacy were reviewed. A comparative analysis of financial literacy indicators in the different countries was carried out. Conclusions on the need for further scientific research in this area were made.

Ключевые слова: финансовая грамотность, финансовое образование, финансовое благосостояние, межстрановой анализ.

Key words: financial literacy, financial education, financial well-being, cross-country analysis.

В условиях турбулентности социально-экономических процессов проблема повышения финансовой грамотности населения остается одной из наиболее злободневных.

Финансовая грамотность является первым шагом на пути к финансовой стабильности: от того, насколько эффективно и рационально человек распоряжается своими денежными средствами сегодня, зависит его материальное благополучие в будущем.

При этом важно проводить различие между финансовой грамотностью и финансовыми знаниями. Оба термина связаны с человеческим капиталом, но если финансовые знания – это просто «запас», который приобретается на основе жизненного опыта, то грамотность подразумевает наличие практических навыков, позволяющих применять эти знания в момент принятия экономических решений [3].

Низкий уровень финансовой грамотности в условиях настоящего экономического кризиса, вызванного распространением COVID-19, став-

ит население в особенно уязвимое положение. Недостаточность финансовых знаний приводит к неспособности эффективно использовать как традиционные, так и инновационные финансовые продукты, появившиеся в результате цифровой трансформации банковского сектора [2].

Актуальность исследуемой проблемы обусловлена существенным и всеобъемлющим влиянием финансовой грамотности на благосостояние граждан, развитие финансово-кредитных институтов и в конечном счете – на функционирование экономики страны в целом.

Не случайно многие исследователи занимаются анализом данной предметной области. Так, среди наиболее ярких представителей отечественной школы можно выделить профессора кафедры инфраструктуры финансовых рынков НИУ ВШЭ Н.И. Берзона, возглавляющего Федеральный методический центр по финансовой грамотности системы общего и среднего профессионального образования, и профессора кафедры финансов Санкт-Петербургского государственного экономического университета Н.Г. Иванову, курирующую Учебно-методический центр по повышению финансовой грамотности и развитию инициативного бюджетирования [1]. Московская научная школа представлена авторским коллективом Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук во главе с профессором О.А. Александровой.

Проблема финансовой грамотности представляет исследовательский интерес и в западных странах. Отдельного внимания в этом контексте заслуживают работы представителей американской научной школы – профессора кафедры страхования и риск-менеджмента Уортонской школы бизнеса при Пенсильванском университете О.С. Митчелл и профессора Школы бизнеса Университета Джорджа Вашингтона А. Лусарди, которая также является академическим директором Глобального центра повышения финансовой грамотности. В Германии данному кругу проблем с акцентом на пенсионное планирование посвящены публикации профессора кафедры инвестиций и пенсионных финансов Университета им. Гете Франкфурта-на-Майне, Р. Маурера [1]. Итальянская научная школа в первую очередь представлена профессором Университета г. Турин и по совместительству вице-министром труда и социальной политики с полномочиями по обеспечению равных возможностей Э. Форнеро, а также профессором кафедры экономики и статистики Неаполитанского университета им. Фридриха II Т. Джапелли.

Не осталась без внимания эта проблема и в странах Северной Европы. Так, в Финляндии анализ финансовой грамотности населения проводился профессором кафедры экономики и финансов Университета г. Вааса П. Калми.

Краеугольным камнем исследований, посвященных анализу финансовой грамотности, является разработка методики, позволяющей оценить ее уровень. В частности, зарубежные ученые-экономисты предлагают использовать три индикатора, а именно доли респондентов, верно ответивших на вопросы:

1. о расчете процентной ставки;
2. о механизме инфляции;
3. о диверсификации риска.

С целью анализа финансовой грамотности населения эти вопросы использовались для проведения анкетирования в Германии, Америке, Японии, Италии и других странах.

Таблица 1. Сравнительный анализ показателей финансовой грамотности в странах мира

Страна	Доля респондентов, давших правильные ответы на вопросы			Авторы и год исследования
	Сложные проценты	Инфляция	Диверсификация рисков	
Германия	82%	78%	62%	Bucher-Koenen T., Lusardi A. (2011)
Финляндия	58%	77%	66%	Kalmi P., Ruuskanen O. (2018)
Швеция	35%	60%	68%	Almenger, J., Save-Soderbergh J. (2011)
Нидерланды	85%	77%	52%	Alessie et al (2011)
Италия	40%	60%	45%	Fornero and Monticone (2011)
США	65%	64%	52%	Lusardi and Mitchell (2011).
Канада	78%	66%	59%	Boisclair, D., Lusardi, A., Michaud, P-C. (2015)
Япония	71%	59%	40%	Sekita S. (2011)
Новая Зеландия	86%	81%	27%	Crossan et al (2011)
Чили	47%	18%	41%	Moure N.G. (2015)

По итогам сравнительного анализа результатов исследований, представленных в таблице выше, можно сделать следующие выводы о показателях финансовой грамотности в межстрановом аспекте.

Во-первых, только в пяти странах (Германия, Финляндия, Нидерланды, США, Канада) из десяти рассматриваемых на все три вопроса правильно ответили более 50% респондентов. При этом наиболее сложным оказался вопрос о диверсификации рисков (так, например, в Новой Зеландии лишь 27%, а в Японии лишь 41% опрошенных дали правильные

ответы). В то время как на вопрос по сложным процентам было получено больше всего верных ответов.

Во-вторых, сравнительный анализ позволил выявить страны-лидеры по уровню финансовой грамотности. К ним относятся Германия, Нидерланды и Канада (из рассмотренных в Таблице 1). Тогда как в Чили, Италии и Швеции уровень финансовой грамотности населения, согласно проведенным опросам, напротив, является низким.



Рисунок 1 – Сравнительный анализ показателей финансовой грамотности в странах мира

Однако существуют и более сложные формы опросов, позволяющие с большей точностью определить уровень финансовой грамотности, а также выявить обуславливающие его факторы. Как правило, такие опросы состоят из двух блоков. В первом из них требуется указать пол, возраст, образование и тип занятости. Второй блок представляет собой тест с вариантами ответов, позволяющий оценить финансовые компетенции респондентов.

Такой тест охватывает простые математические задачи, связанные с арифметическими операциями; вопросы по базовой финансовой грамотности (вычисление простых и сложных процентов, дисконтирование, понимание инфляции) и более сложные вопросы, проверяющие знания о

фондовых рынках, инвестиционных продуктах, а также о принципах диверсификации рисков.

Описанная выше форма опроса была использована нами с целью выявления факторов, оказывающих влияние на уровень финансовой грамотности студентов Санкт-Петербургского государственного экономического университета и Технического Университета Дармштадта. Результаты исследования были опубликованы летом 2020 года в журнале «Эпомен».

В заключение следует отметить, что необходимость повышения финансовой грамотности стала вновь актуальна в контексте текущей пандемии, вызванной распространением COVID-19 [1]. Не случайно финансовое образование и финансовая культура являются важнейшими приоритетами государственной политики России.

Специфика проблемы финансовой грамотности в нашей стране во многом предопределена ее историческим прошлым, в частности, процессом формирования рыночной экономики и банковского сектора, а также радикальными изменениями в финансовой сфере на современном этапе [2]. Наибольшее опасение в этом отношении вызывает уязвимое и во многом беспомощное положение людей старшего возраста, не умеющих применять современные онлайн-технологии и пользоваться цифровыми банковскими услугами, и школьников, не имеющих осознанного и продолжительного опыта обращения с деньгами.

В настоящий момент времени вопросы по совершенствованию стратегии повышения финансовой грамотности поднимаются особенно остро, в том числе в связи с мировыми демографическими тенденциями, характеризующимися изменением структуры населения (сокращением численности лиц трудоспособного возраста), а также несовершенством существующей в России пенсионной системы. Именно поэтому исследования, посвященные анализу данной предметной области, не теряют своей актуальности.

Список использованных источников:

1. Никитина Т.В., Дембинская В.С., Скалабан М.П. Финансовая грамотность и ее детерминанты // Известия СПбГЭУ 2020. № 5 (125). С. 78-83.
2. Семеко Г.В. Финансовая грамотность в России: проблемы и пути их решения // ЭСПР. 2019. №1. С.70-98.
3. Huston, Sandra J. (2010) Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs* 44(2): 296–316.

Суханова Мария Сергеевна
Sukhanova Mariya Sergeevna,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Корпоративные финансы»
Master program «Corporate finance»
e-mail: kazanskaya.masha@mail.ru

**ЦИФРОВАЯ И ЗЕЛЕНАЯ ЭКОНОМИКА –
СОВРЕМЕННЫЙ ПУТЬ РАЗВИТИЯ КОРПОРАЦИИ
DIGITAL AND GREEN ECONOMY – THE MODERN WAY
OF CORPORATION DEVELOPMENT**

В данной статье рассматривается социально-экономическая трансформация корпораций с применением технологий в России и на мировых финансовых рынках.
This article deals with social and economic transformation of corporations through the use of technology in Russia and on global financial markets.

Ключевые слова: зеленая экономика, зеленые финансы, цифровая экономика, пандемия.

Key words: green economy, green finance, digital economy, pandemic.

Количество природных и техногенных катастроф, которые в настоящее время вызваны последствиями разбалансировки климатической системы, постоянно увеличивается.

Несмотря на пандемию, вопрос спасения климата планеты значительно укрепился. Глобальная зеленая трансформация, основанная во многих отношениях на цифровых технологиях, является предметом конкурентной борьбы за новые рынки. В зеленую гонку уже включились государства, банки и международные корпорации.

В 2019 году океанские воды достигли рекордно высоких температур [3], а площадь льда в Арктике – исторического минимума [4]. Лесные пожары во многих странах достигли чрезвычайных масштабов [5].

Россию в июле 2019 года настигли аномальные ливни. Из-за этого произошло разрушительное наводнение в Иркутской области. Примерно в этот же период времени, Сибирь и Дальний Восток были охвачены пожарами, площадь пожаров составила до 2 миллионов гектаров. Ученые напрямую связывают эти бедствия с мировым изменением климата.

Климатические риски являются одним из основных факторов развития инвестиций в зеленые финансы.

Экологические катастрофы и их последствия – реальная угроза для ВВП и благосостояния населения стран мира. Ежегодные экономические

потери, вызванные природными катаклизмами, составляют миллиарды долларов США. Ущерб от экологических проблем в России достигает в год 15%-18% ВВП. Для снижения ущерба проводят активное внедрение стратегий и мер климатической адаптации.

Помимо очередных климатических рекордов наблюдаются рекорды в финансовой и технологических сферах. Развивающийся сектор зеленых инвестиций в период кризиса проявил себя успешнее, чем традиционные секторы экономики. Зеленые активы продемонстрировали высокую финансовую устойчивость. В 2020 году объем выпуска зеленых облигаций составил 350 млрд. дол. Также, отметим, что в 2020 году оформился новый сегмент венчурного рынка – климатические технологии. В период до 2025 года ожидается среднегодовой темп прироста в 6,9%.

Мировые тренды 2019 года: общая сумма выпуска «зеленых» облигаций составила 257,7 млрд. дол. - 51% прироста в сравнении с 2018 годом; реализовано 1788 «зеленых» облигаций от 496 эмитентов; 250 новых эмитентов на общую сумму 67,8 млрд. дол.

В США был осуществлен выпуск на общую сумму 50,6 млрд. дол., в Китае – 30,1 млрд. дол., во Франции – 29,5 млрд. дол. Также, к странам-лидерам по объему выпуска относятся: Германия, Нидерланды, Швеция, Япония, Италия, Канада, Испания.

В России «зеленое» инвестирование только начинает формироваться. Объемы выпусков минимальны (наравне с Нигерией). Первые локальные «зеленые» облигации были выпущены в декабре 2018 года, эмитент – РСБУ ХМАО (1,1 млрд. руб.).

С 2019 года на Московской бирже функционирует Сектор устойчивого развития. С помощью данного сектора происходит финансирование проектов в области экологии, защиты окружающей среды и социально значимых проектов.

В мае 2019 года на рынок «зеленых» еврооблигаций вышли ОАО «Российские железные дороги» (размещение составило: 500 млн. евро и 250 млн. швейцарских франков). Средства будут направлены на финансирование и рефинансирование кредитов, которые были привлечены на покупку пассажирских поездов «Ласточка» и электропоездов.

В июле 2020 года в Секторе устойчивого развития можно было найти 3 эмитента «зеленых» облигаций (5 выпусков на общую сумму 6,45 млрд. руб.).

Во время пандемии большинство жизненных процессов были перенесены в электронный формат. В связи с этим, оказались востребованы технологии для повышения прозрачности и отслеживания. В условиях COVID-19, когда было необходимо оперативно и прозрачно распреде-

лять ресурсы между различными экономическими субъектами хозяйственной деятельности, технологии цифровой идентификации и блокчейн способствовали обеспечению необходимого уровня взаимодействия между сторонами и предотвращению ошибок, которые связаны с человеческим фактором. Стала очевидна важность технологий мониторинга и оценки рисков.

Возросла актуальность технологий в сфере бесконтактной экономики. Замена человеческого персонала киберфизическими системами представляет собой метод снижения риска передачи инфекции.

Развитие систем цифровых и мобильных банковских услуг необходимо для вовлечения населения в цифровую экономику.

Цифровизация являлась ключевым звеном многих пакетов восстановления от кризиса.

В ближайшие три года мировые инвестиции в цифровую трансформацию превысят 7,4 трл. дол.

С 2011 по 2015 годы в России объем цифровой экономики увеличился с 2 до 3,2 трлн. руб. (с 2,6% до 3,9% от ВВП), а в США, Китае и странах ЕС данный показатель в 2-3 раза выше (10,9%, 10% и 8,2% соответственно).

По уровню цифровизации частных компаний Россия отстает от стран-лидеров. Объем инвестиций частных компаний в цифровизацию составляет всего 2,2% от ВВП, в США – 5%, в странах Западной Европы – 3,9%, в Бразилии – 3,6%.

Текущая ситуация – шанс для Российской Федерации приступить к социально-экономической трансформации с помощью реализации программ восстановления в соответствии с целями устойчивого развития ООН.

Необходимость активизации усилий в вопросе климатических изменений в рамках зеленого курса, открывает новые возможные пути для сотрудничества с Россией даже в условиях санкционного давления.

Для поддержания высокого уровня конкурентоспособности России важно провести цифровизацию электроэнергетической системы. В рамках данного направления возможно: развитие технологий умных сетей, создание хранилищ, цифровизация инфраструктуры, создание единой энергетической платформы, развитие цифровых клиентских сервисов и т.п. [2].

Россия может воспользоваться преимуществами зеленых инструментов для финансирования национальных проектов и программ восстановления от кризиса с привлечением зарубежных инвестиций. Для этого необходимо разработать собственную инфраструктуру и систему верификации экологической и климатической отчетности в соответствии с международными стандартами.

С применением цифровых технологий появится возможность обеспечить высокий уровень прозрачности и, тем самым, вызвать доверие иностранных инвесторов. Развитие рынка зеленых облигаций в России и привлечение иностранного капитала в экологические проекты – возможный драйвер отмены санкций [1].

Российской Федерации следует продолжать реализацию программы «Цифровая экономика», распространяя ее основные цели на долгосрочную перспективу устойчивого экономического роста, включая цифровизацию зеленой экономики. Это будет способствовать сохранению конкурентоспособности отечественных компаний, товаров и услуг в условиях глобальной экологизации и цифровизации.

На реализацию всех мероприятий национальной программы «Цифровая экономика» до 2024 года выделено 1,08 трлн. руб. В рамках проекта основными направлениями являются: «нормативное регулирование цифровой среды» - 1,59 млрд. руб.; «кадры для цифровой экономики» - 138,65 млрд. руб.; «информационная инфраструктура» - 413,39 млрд. руб.; «информационная безопасность» - 17,99 млрд. руб.; «цифровые технологии» - 282,05 млрд. руб.; «цифровое государственное управление» - 226,34 млрд. руб.

Таким образом, воздействие пандемии привело к укреплению вопроса спасения климата планеты. Зеленая трансформация с применением технологий – основа восстановления и долгосрочной стратегии в конкурентной борьбе стран и корпораций.

Усиление глобальной зеленой трансформации связано с желанием стран и корпораций первыми создать финансово-технологичную инфраструктуру, привлечь и контролировать потоки зеленых инвестиций, обеспечивать конкурентоспособность и устойчивое развитие в условиях зеленой и цифровой трансформации.

Чтобы не оказаться среди отстающих, России необходимо действовать эффективно: использовать имеющиеся конкурентные преимущества; разработать правовую, технологическую и финансовую зеленую инфраструктуры, систему учета и приведение в экологического воздействия в соответствие с международными стандартами.

Применение цифровых технологий для создания такого рода инфраструктуры – возможность для России. Ее внедрение может повысить доверие международных инвесторов, прозрачность и эффективность расходования средств.

В случае оказания поддержки отечественным технологиям и развитию научно-технического потенциала в этой сфере, Россия сможет войти в группу лидеров, получивших от зеленой трансформации долгосрочный позитивный эффект.

Список использованных источников:

1. Carrington D. Ocean temperatures hit record high as rate of heating accelerates // The Guardian, 13.01.2020. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/environment/2020/jan/13/ocean-temperatures-hit-record-high-as-rate-of-heating-accelerates>.
2. Hausfather Z. State of the climate: 2019 set to be second or third warmest year // Carbon Brief, 25.07.2019. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.carbonbrief.org/state-of-the-climate-2019-set-to-be-second-or-third-warmest-year>.
3. Morton A. Yes, Australia has always had bushfi res: but 2019 is like nothing we've seen before // The Guardian, 25.12.2019 – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/australia-news/2019/dec/25/factcheck-why-australia-asmonster-2019-bushfi-res-are-unprecedented>.
4. Стаханова А. Зелёный рывок // Lenta.Ru, 09.04.2019 – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://lenta.ru/articles/2019/04/09/green_world/.
5. Цифровая трансформация в энергетике. Проблемы и перспективы развития // World Summit Smart Energy Russia, 31.01.2019 – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://smartenergysummit.ru/en/novosti/czifrovaya-transformacziya-v-energetike-problemyi-i-perspektivy-razvitiya>.

**Ся Жу
Xia Ru,**

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Международное бизнес-администрирование»
MiBA - Master of international Business Administration
e-mail: 1426102307@qq.com

АНАЛИЗ ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ И ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ КИТАЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ANALYSIS OF CURRENT SITUATION AND DEVELOPMENT TRENDS OF CHINESE RETAIL ENTERPRISES

В начале 2020 года COVID-19 начался внезапно и быстро распространился по миру. Из соображений профилактики и контроля эпидемии рекомендовалось оставаться дома и сокращать количество выходов на улицу, что оказало огромное влияние на развитие предприятий розничной торговли. В этой статье на примере китайских предприятий изучается текущее и будущее развитие розничной торговли в постэпидемическую эпоху.

At the beginning of 2020, the COVID-19 broke out suddenly and quickly spread to the world. Based on the needs of epidemic prevention and control, people are required to stay at home and reduce going out, which has had a huge impact on the development of retail enterprises. This article will take Chinese retail enterprises as an example to study their development status in the post-epidemic era and their future development trends.

Ключевые слова: предприятия розничной торговли; новая розница
Key words: retail enterprises; new retail

1. Introduction

The COVID-19 in 2020 came fiercely, and its spread around the world is still severe, which has had a great impact on people's lives and consumption patterns. A retail enterprise is a commodity circulation enterprise whose main business is the sporadic sale of goods to individual or social group consumers [1]. Generally speaking, retail enterprises are directly facing the final consumers, and they are enterprises that directly provide consumers with goods and services. However, during the epidemic, because communities all over China adopted closed management and strictly restricted residents' access, this had a great negative impact on the development of retail enterprises. But on the other hand, the COVID-19 has given birth to a series of new sales models. Consumers have chosen to use online platforms to purchase daily necessities. Online and home services such as supermarkets, convenience stores, and fresh produce have performed outstandingly.

2. Current situation of Chinese retail enterprises

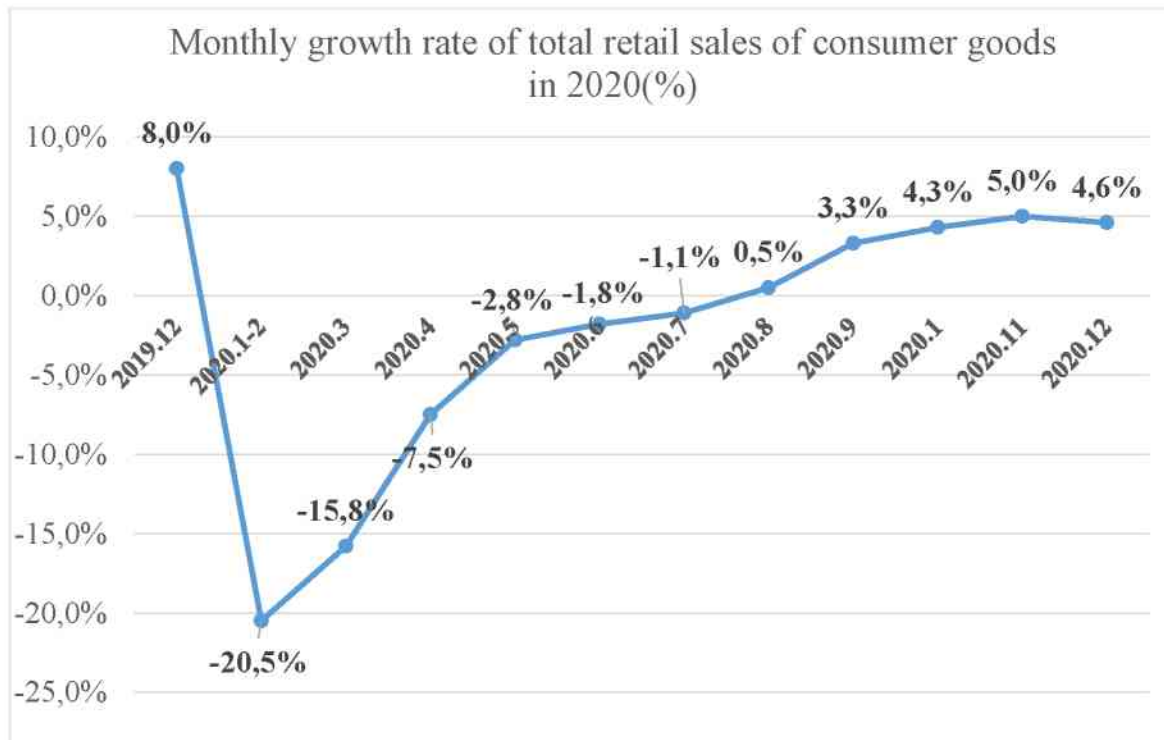
2.1 Chinese retail enterprises are gradually recovering

From 2011 to 2019, the total retail sales of consumer goods in China have shown a rising trend. In 2019, the total retail sales of consumer goods were 40080.72 billion yuan, a nominal increase of 8.0% over the previous year. Due to the impact of the epidemic, the total retail sales of consumer goods in China in 2020 reduced to 39198.10 billion yuan, a year-on-year decrease of 3.9%. The sales of Chinese retail enterprises in the first half of 2020 have been greatly impacted, but overall, the total retail sales in 2020 is still higher than the total retail sales in 2018 (37778.31 billion yuan). We can find that Chinese retail enterprises are gradually recovering.

In the early stage of the epidemic, except for supermarkets and other livelihood businesses, department stores, shopping malls, and outlets ceased operations. As the epidemic improved, companies resumed work and production, and sales gradually recovered. In August 2020, China's total retail sales of consumer goods achieved positive growth for the first time in 2020, and the following months have been positive growth (fig. 1).

2.2 Online sales diversion intensifies

From 2015 to 2020, the proportion of online retail sales of physical goods in the total retail sales of consumer goods has increased from 10.7% to 24.9%, which has more than doubled. In addition, before 2020, it generally increased by about 2% per year. In 2020, due to the epidemic, it increased by 4%. This is because during the epidemic, people can't go out to buy the necessities they need, so they have switched to online orders and door-to-door purchases.



Source: National Bureau of Statistics

Figure 1. Monthly growth rate of total retail sales of consumer goods in 2020(%)

2.3 The rapid development of food and fresh food retail

During the epidemic, the opening hours of supermarkets and vegetable markets have been shortened, and communities have strictly controlled access. Both self-operated and platform-based food and fresh food retail platforms have experienced explosive growth. For example, in the week after the lockdown control was implemented, the number of active weekly Freshhema rose sharply, reaching 11.88 million, and the number of orders surged 220% from the same period last year. During this period, the daily replenishment volume of vegetables in 29 Freshhema stores in Beijing tripled. In addition, Dingdong Fresh has risen rapidly in this epidemic and the increase in new users is as high as 291.4% [2,29]. The epidemic has greatly increased the market penetration rate of fresh retail companies.

3. Modern trends of Chinese retail enterprises

3.1 Retail enterprises are shifting towards “new retail”

“New retail” is a retail model revolution that relies on the Internet, using advanced technology such as artificial intelligence and big data to perfectly integrate online services and offline experience, and enhance experiential consumer services [3, 19]. For example, Yonghui Superstore (China) has reached a strategic alliance with Tencent to implement digital transformation and create a new retail model with the help of big data. Based on this model, Yonghui

Superstore was able to break into the community during the epidemic, winning home business and community group buying business. In the first quarter of 2020, Yonghui Superstore achieved revenue of 29.257 billion yuan, a year-on-year increase of 31.57%; net profit was 1.568 billion yuan, a year-on-year increase of 39.47%. In the first quarter, the home business achieved sales of 2.09 billion yuan, a year-on-year increase of 239%.

3.2 The emergence of the unmanned retail model

Unmanned retail is a new form of smart business. It integrates the Internet, smart technology, new retail, big data and other technologies, effectively saving labor costs, relying on a fully automated shopping experience to attract consumers and provide consumers with a more convenient way of consumption [4, 87]. Due to the impact of the epidemic, consumers have gradually developed the habit of contactless shopping. The public has generally recognized the importance of an unmanned retail lifestyle, such as contactless takeaway and self-service delivery. At present, China is still focusing on epidemic prevention with one hand and production with the other. In such an environment, self-service unmanned sales will enter different industries and different consumption scenarios.

3.3 The development of the pre-warehouse business model

The essence of the pre-warehouse business model is distributed decentralization, which makes the digital physical network smaller and denser and closer to users. Missfresh connects producers and consumers through the supply chain end of direct sourcing from global production areas and the consumer end of “pre-warehouse + two-hour express delivery”. The “warehouse” is opened in the nearest place to consumers (periphery 1-3 km area), real-time distribution services are realized through the “city sorting center + community distribution center” cold chain logistics system. During the epidemic, the Missfresh sales were hot, with a daily supply of more than 1,500 tons of vegetables, and 90% of orders reached within 2 hours [5, 117].

4. Gaps in the literature

According to the current research of scholars, the academia's exploration of “new retail” is mainly concentrated on the theoretical level, and the specific research on the characteristics of the new retail operation mode and the strategy of enterprise transformation and development lacks the support of examples. In addition, because unmanned retail is a new type of smart business form, there are few researches on unmanned retail industry in academia at present, and the depth of existing research is low, and it is still in a shallow research state.

While the COVID-19 has caused a serious impact on retail enterprises, it also provides new development opportunities. Retail enterprises need to consider how to transform in order to achieve long-term sustainable development.

Bibliography

1. [https:// wiki.mbalib.com / wiki/ retail enterprises](https://wiki.mbalib.com/wiki/retail_enterprises)
2. Sun Hao, & Liu Gengcheng. (2020). Analysis of the development status, opportunities and suggestions of the new retail industry under the new crown epidemic. Shanghai Commercial (9).
3. Xue Mengkai. (2020). Opportunities and challenges of new retail development under the background of the new crown epidemic. Trade Fair Economy, No. 13(05), 18-20.
4. Liu Yonglong. (2021). Research on the sustainable development mechanism of the new model of "unmanned retail" in the era of digital intelligence. Business Economics Research (07), 87-90. doi:CNKI:SUN:SYJJ.0.2021-07-024.
5. Ma Lixuan. (2021). Analysis of the Business Mode of Missfresh. Management and Technology of Small and Medium-sized Enterprises (First Issue) (01), 116-117. doi:CNKI:SUN:ZXQY.0.2021-01-056.

Трофимова Юлия Сергеевна
Trofimova Yulia Sergeevna,

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Межкультурная коммуникация: переводоведение и лингводидактика»

Master program "Intercultural communication: translation studies
and language education"

e-mail: julia.t97@mail.ru

**СОСТАВЛЯЮЩИЕ УСПЕШНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ПОДХОДА
BLENDED LEARNING К ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМУ ПРОЦЕССУ
В РАМКАХ ЯЗЫКОВЫХ КУРСОВ (НА ПРИМЕРЕ МОДЕЛИ
"FLIPPED CLASSROOM")**

**COMPONENTS OF THE BLENDED LEARNING APPROACH
SUCCESSFUL IMPLEMENTATION TO THE EDUCATIONAL
PROCESS WITHIN THE FRAMEWORK OF LANGUAGE COURSES
(ON THE EXAMPLE OF THE "FLIPPED CLASSROOM" MODEL)**

В данной работе мы выявляем составляющие успешной реализации модели Flipped Classroom в обучении иностранному языку. Мы предполагаем, что, если в систему обучения ввести дистанционную часть и сделать акцент на разнообразных способах организации обучения, это позволит оптимизировать время, затраченное на изучение теории, тем самым позволив увеличить количество времени, отведенного на практическую отработку навыков.

In this paper, we identify the components of the Flipped Classroom model successful implementation in teaching a foreign language. We assume that if we include the distant part into the learning system and focus on various ways of organizing learning, this will

optimize the time spent on learning theory, thereby increasing the amount of time allotted for the practical development of skills.

Ключевые слова: blended learning, модель, flipped classroom, навыки, составляющие

Key words: blended learning, model, flipped classroom, skills, components

В эпоху информационных технологий и широкого доступа к различным информационным источникам, а также платформам для получения образования, Blended Learning становится одним из перспективных направлений для изучения и развития.

Актуальность исследования данного метода обучения обусловлена тем, что направление Blended Learning стало набирать популярность в России сравнительно недавно, а также обоснована сложившейся обстановкой во всем мире (в частности, связанной с COVID-19), что представляет особый интерес рассмотреть в данной работе возможность успешной реализации смешанного обучения, которое совмещает в себе как дистанционную часть процесса, так и его очную сторону.

Flipped Classroom – модель переворачивающая традиционные отношения между временем в классе и домашней работой. Студенты изучают новый материал дома через онлайн-курсы и лекции (чаще всего, в формате видео), а учителя используют учебное время для практики или проектов. Эта модель позволяет учителям использовать учебное время по максимуму для отработки новых навыков на практике, нежели превращать занятие в начитку лекций [1].

На наш взгляд, в любом учебном контексте в рамках похода Flipped Classroom, в котором самообучение с технологической поддержкой является центральным, учащиеся будут нуждаться в поддержке по трём вопросам: академическим, психологическим и, очевидно, техническим.

Для достижения цели нашего исследования на теоретическом этапе работы мы решили проверить эту гипотезу, а также установить заинтересованность и понимание студентов изучения иностранного языка на основе той или иной модели.

Для организации и разработки констатирующего эксперимента потребовалось:

- выбрать методы изучения иностранного языка, которые предлагаются на рынке обучения языку в России на данный момент;
- проанализировать результаты констатирующего среза и сформулировать на их основе выводы, с опорой на которые могут быть разработаны и проведены занятия.

Для проведения констатирующего среза мы выбрали *анкетирование*, которое проводилось при помощи платформы Google. Респондентами выступили студенты, которые раздумывали или только-только должны были начать изучение иностранного языка. В срезе участвовало 15 человек.

Анкета состояла из восьми вопросов, шесть из которых были обязательными:

1. Какая форма изучения иностранного языка на языковых курсах вам кажется самой продуктивной и удобной?

- традиционная – 53,3%
- смешанная – 33,3%
- дистанционная – 13,3%

2. По каким причинам вы выбрали традиционную форму обучения? (ПРОПУСТИТЕ, если не выбрали)

3. По каким причинам вы выбрали дистанционную форму обучения? (ПРОПУСТИТЕ, если не выбрали)

4. По каким причинам вы выбрали смешанную форму обучения? (ПРОПУСТИТЕ, если не выбрали)

5. Какие недостатки вы бы выделили у модели дистанционного обучения?

6. Какие недостатки вы бы выделили у модели смешанного обучения?

7. Сколько времени вы готовы в среднем тратить на домашнее задание по иностранному языку и при этом успешно закрепить пройденный материал?

- 46,2% - 25-40 минут
- 38,5% - один час
- 15,4% - больше, чем один час
- 0% - 10-15 минут /15-25 минут

Полученные путём опроса результаты были разделены нами на несколько категорий задач, поставленных перед моделью Flipped Classroom в зависимости от того, какой именно компонент модели отвечает тому или иному запросу. Были выведены следующие категории:

1. Самоорганизация студентов
2. Материалы и задания
3. Способы представления новой информации
4. Поддержка студента вне стен аудитории

Суммируя всё вышесказанное, мы составили таблицу, в которой представили, какой именно компонент модели Flipped Classroom для языковых курсов отвечает тому или иному требованию респондентов:

Таблица 1. Функции компонентов Flipped Classroom

Требование	Решение
а) урок проводится не в формате лекции;	Первичное знакомство с новым материалом проходит на платформе индивидуально; новый материал обсуждается в классе кратко в формате дискуссии, остальное время на занятии отводится на практику.
б) больше времени на уроках отводится на практику;	
с) уроки должны быть привязаны к реальным жизненным ситуациям;	Задания в учебной программе имеют коммуникативную проблему.
д) печатные материалы на руках;	Студенты обладают учебником, по которому проходит занятие.
е) контроль со стороны педагога (преподаватель должен быть непосредственно вовлечен в процесс обучения);	Новая информация подаётся в режиме дискуссии; после каждого задания, направленного на решение коммуникативной задачи, педагог собирает обратную связь у студентов о результатах выполненного задания, студенты находятся в одном чате с педагогом, где могут задавать вопросы в любое время; за каждым учебником закреплён дистанционный преподаватель English Friend
ф) педагог должен говорить не большую часть урока;	
г) возможность сразу же задавать вопросы педагогу по новому материалу;	Студенты смотрят видео на платформе по новому материалу и задают вопросы во время обсуждения новой информации на занятии, в общем чате или дистанционному преподавателю English Friend.
h) есть возможность заранее сформулировать вопросы по материалу перед уроком;	
i) новая информация должна не накапливаться, а постоянно отрабатываться на практике;	Большая часть занятия отводится на практику разговорных навыков с использованием различных коммуникативных задач, после занятия студенты закрепляют пройденный

Окончание табл. 1

Требование	Решение
	материал в разговоре с English Friend; курс на платформе пронизан новой лексикой и грамматикой, которая ненавязчиво повторяется в фоновом режиме
j) возможность изучить новый материал в своем темпе;	Студенты вначале изучают новые материалы на образовательной платформе дома.
к) экономия времени на перемещения по городу;	
l) мобильность во время обучения;	
m) должна быть соответствующая техническая поддержка в случае поломок платформы для реализации дистанционного обучения;	Студент может задать вопрос в общий чат с преподавателем.
n) возможность подобрать педагога из другого города или страны.	Практика по телефону может осуществляться с English Friend из другого города или страны.

Таким образом мы утверждаем, что идеальной формулой планирования программы в соответствии с моделью Flipped Classroom является:

Создание карты курса + создание user-friendly образовательной платформы, пронизанной лексикой и грамматикой из курса + написание учебника и методических рекомендаций к нему с включением коммуникативных задач + [написание сценариев звонков для дистанционного преподавателя, связанных непосредственно с курсом на платформе и учебником] + создание чата со студентами, проходящими данный курс.

Список использованных источников:

1. Blended Learning University (BLU) [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.blendedlearning.org>, 12.04.20, свободный

Усанов Кирилл Юрьевич

Usanov Kirill Yurievich

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Магистерская программа «Логистика»

Master's Program "Logistics"

e-mail: usanovk@mail.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ТЕХНОЛОГИИ КРОСС-ДОКИНГА В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

USE OF CROSS-DOCKING LOGISTICS TECHNOLOGY IN DAIRY PRODUCT SUPPLY CHAINS

В данной статье рассматривается логистическая технология кросс-докинга в целом, а также основные особенности и ограничения при ее применении в распределении и доставке молочной продукции с производства в адрес конечных потребителей.

The article discusses the logistics technology of cross-docking in general, as well as the main features and limitations of its application in the distribution and delivery of dairy products from production to end consumers.

Ключевые слова: логистическая технология, кросс-докинг, цепь поставок, распределение, молочная продукция.

Key words: logistics technology, cross-docking, supply chain, distribution, dairy products.

В современном высокотехнологичном мире, в мире соперничества и преимущества скорости, во времена ежедневно увеличивающегося ассортимента предлагаемой продукции и превосходства предложения над спросом, технология cross-docking – одно из тех решений, которое позволяет сократить логистические издержки одновременно с сокращением сроков доставки и обеспечением полноты выполнения заказа независимо от его объемов, а значит получить значительное преимущество. Исследования современных процессов товародвижения свидетельствуют, что в стоимости единицы продукции затраты на логистику могут достигать существенных значений – до 12-13%. Таким образом, чтобы сделать товар более привлекательным для потребителя, необходимо сокращать эти издержки, что в свою очередь, позволит снизить стоимость товаров для конечного потребителя и увеличить объемы продаж.

Само словосочетание «cross-docking» происходит от английских терминов «cross» (пересекать) и «docking» (стыковка). Обозначает технологию, позволяющую выполнять заказ напрямую, без размещения

товара в зоне хранения, пересекая традиционные (неактуальные в данном случае) цепи, что делает технологию наиболее востребованной в условиях поставок продуктов питания с короткими сроками реализации [1, С. 82].

Кросс-докинг подразумевает под собой выполнение нескольких ключевых задач: выполнение заказа в минимально возможные сроки, минимальное время нахождения товара на складе или в процессе обработки [4]. Кросс-докинг имеет свои отличительные черты, особенности и возможные сферы применения:

1. Мелкие партии заказа, широкоассортиментные виды продукции – молочная продукция, продукция категории «фреш» (свежий), экзотические фрукты/овощи, товары массового потребления, стратегические товары, товары характеризующиеся высоким спросом и оборотом;

2. Необходимость консолидации грузов от нескольких заводов, предприятий-производителей перед поставкой;

3. Необходимость в постоянных непрерывных поставках товаров в отдаленные регионы;

4. Применение в поставках товаров логистической технологии «just-in-time»;

5. Реализацию различных маркетинговых схем, рекламных акций, имеющих основное требование – точное соблюдение сроков проведения;

6. Осуществление поставок и выполнение заказов, не требующих тщательных условий приемки товара – фабрично расфасованные, упакованные продукты и др.

Обобщая перечисленные сферы, можно сказать, что кросс-докинг применяется там, где необходимо произвести операции с товаром в максимально короткие сроки [3].

В современной логистике принято выделять несколько видов технологии кросс-докинга. Рассмотрим их подробнее.

Складская перевалка – вид кросс-докинга, представляющий собой перегрузку товара, проходящую через склад, из одного транспортного средства в другое, без изменения количественного состава груза (партии).

Консолидирующий кросс-докинг – вид подразумевающий под собой процесс сборки товара от нескольких поставщиков в адрес одного грузополучателя. Как правило, при применении этого вида, груз поступает на склад несколькими машинами, из которого формируется одна поставка, в адрес определенного грузополучателя.

Расконсолидирующий кросс-докинг – вид кросс-докинга, который удобен поставщикам регулярных небольших партий товара в адрес нескольких грузополучателей. В данном процессе на склад поставляется

большой объем однородного товара, который приходит на склад в уже собранном виде и поставляется в адрес нескольких грузополучателей несколькими машинами, либо собирается по заказам на перевалочном складе и также развозится нескольким грузополучателям.

Переконсолидирующий кросс-докинг – вид технологии, в которой происходит поставка товаров от одного или нескольких поставщиков, разборка этих товаров по заказам (партиям), и последующая поставка заказов в адрес одного или нескольких грузополучателей. Данный вид кросс-докинга в отдельных случаях может рассматриваться как товарный расконсолидирующий кросс-докинг – например, когда в процессе формирования заказа необходимо произвести разделение товара на партии или отдельные заказы, с распределением поставки по времени и применением услуги временного хранения товара [2].

При реализации кросс-докинг-проектов на поставку молочной скоропортящейся продукции, как правило, применяются те из перечисленных видов кросс-докинга, которые имеют самые короткие сроки выполнения технологического процесса, т.е. переконсолидирующий кросс-докинг с применением временного складского хранения не имеет смысла ввиду наличия характерных для молочной продукции коротких сроков реализации. Простая складская перевалка здесь будет иметь преимущественное положение по сравнению с остальными видами кросс-докинга, так как при ней отсутствует логистическое звено – склад и складская обработка. Существенным мотивом выбора вида кросс-докинга имеет стоимость услуг по обработке заказов и партий товара, устанавливаемая кросс-док-оператором.

Преимущества технологии очевидны и четко прослеживаются в предыдущем описании, среди них:

снижение логистических издержек, сокращение расходов на создание и содержание складских площадей, сокращение времени выполнения заказов, повышение эффективности работы логистических служб и отделов реализации, снижение количества персонала и повышение производительности его труда, сокращение объемов малооборотимых товаров, уменьшение возвратов и пересортов, снижение объемов списываемой (уничтожаемой) продукции, сокращение остатков на складах заказчика, улучшение ротации товаров в магазинах и многое другое.

Перечисленные виды кросс-докинга, а точнее – процессы происходящие в них, позволяют выделить три основных принципиальных в своем различии типа этой технологии (таблица 1).

Необходимо отметить, что трехэтапный тип не применяется при поставках скоропортящейся молочной продукции.

Таблица 1 – Типы технологии кросс-докинг

Тип	Характеристика
Одноэтапный	Заказ поставляется получателю в качестве готового, собранного заказа, проходящего через склад без каких-либо изменений. К такому типу можно отнести вид «Складская перевалка».
Двухэтапный	Поступающие на склад паллеты будут расформированы и собраны в несколько отдельных заказов, отправляемых в адрес разных грузополучателей (Pick by line)
Трехэтапный	Применяется услуга временного хранения товара на перевалочной складской площадке. Т.е. поступившая большая партия товара отгружается получателям этапами, растянутыми по определенным временным промежуткам

Вместе с тем, у технологии кросс-докинга есть свои ограничения и минусы, к которым можно отнести:

- необходимость неукоснительного соблюдения температурного режима на всех этапах выполнения заказа. Здесь же важно отметить соответствие всех этапов логистической цепи санитарным нормам и требование регулярного проведения комплекса санитарных и других видов обработки помещений, складов, оборудования, транспорта – дезинфекции, дератизации, медицинские допуски персонала и др.;

- узкий список товарного соседства, накладывающий дополнительные ограничения при размещении товара на складах и в транспортных средствах (например, нельзя хранить и перевозить молочную продукцию с рыбной, даже при условии схожих температурных режимов);

- отсутствие контроля качества и количества поступающего товара, а точнее невозможность или затруднительность их проведения. Этот аспект может повлечь за собой возникновение ситуаций, когда конечный получатель вынужден будет отказать в приемке товара в случаях выявления каких-либо расхождений. Как правило, при выявлении расхождений, предпринять какие-либо действия по исправлению ситуации на этом этапе становится весьма затруднительным, и заказ может быть возвращен логистическому оператору частично или полностью, что влечет за собой возникновение дополнительных расходов и необходимость урегулирования разногласий;

- необходимость организации и поддержки работоспособности взаимодействующих IT-систем оператора и поставщика, а в отдельных слу-

чаях и грузополучателя, что на деле может оказаться материально затратным, ввиду того, что кросс-док-оператору необходимо обмениваться данными с различными системами;

- наличие динамики поставок, графика и объемов поставляемой продукции. Можно утверждать, что при нерегулярных поставках, нестабильных и непредсказуемых объемах заказов, кросс-докинг практически неосуществим. Сюда же можно отнести требования к упаковке и документальному сопровождению товара – он должен быть полностью готовым к поставке, упакован согласно контрактным требованиям. Грузовые единицы (чаще паллеты) должны сопровождаться отгрузочными паспортами и этикетками, а список дополнительных операций над товаром сведен к минимуму.

Резюмируя вышесказанное необходимо отметить, что эффективность любых логистических операций обусловлена четким и слаженным процессом взаимодействия всех звеньев логистической цепи. При применении технологии кросс-докинга, когда важно существенно ускорить процесс доставки и повысить качество выполнения заказов, процедуры взаимодействия логистических звеньев должны неукоснительно удовлетворять критериям четкости и слаженности [2], то есть кросс-докинг не работает там, где не удовлетворяются принципы точного соблюдения сроков поставки, количественных характеристик товара и соблюдения технологических требований (температурного режима, санитарных норм, товарного соседства).

Список использованных источников:

1. Мясникова Л.А. Логистика торговых предприятий: учебное пособие / Л.А. Мясникова, Д.П. Иванова. - СПб.: Изд-во: СПбГЭУ, 2019. - 121 с.
2. Пензев В.Н. Технологии кросс-докинга (Часть 1) [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://sitmag.ru/article/17297-tehnologii-kross-dokinga-ch-1> (дата обращения 10.04.2021).
3. Как кросс-докинг помогает сократить расходы на склад [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.iccwbo.ru/blog/2016/kak-kross-doking-pomogaet-sokratit-raskhody/> (дата обращения: 10.04.2021).
4. Кросс-докинг: что это такое в логистике — технологии, схемы и виды cross docking [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.cleverence.ru/articles/auto-busines/kross-doking-chto-eto-takoe-v-logistike-tehnologii-skhemy-i-vidy-cross-docking/> (дата обращения 10.04.2021).

Халдина Юлия Евгеньевна
Khaldina Julia Evgenevna,
 Санкт-Петербургский государственный
 экономический университет
 St. Petersburg State University of Economics
 Программа «Маркетинг и цифровые коммуникации»
 Master program “Marketing and digital communications”
 e-mail: julia.khaldina@mail.ru

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ РИТУАЛЬНЫХ УСЛУГ ЗА РУБЕЖОМ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ DIGITAL MARKETING PROMOTION STRATEGIES IN THE FUNERAL INDUSTRY

В статье рассматриваются актуальные маркетинговые стратегии продвижения в цифровой среде, которые используют в настоящий момент зарубежные ритуальные компании: построение стратегии присутствия в социальных сетях, использование тематических онлайн сервисов, персонализированный подход, вовлечение аудитории.

The article presents various digital marketing promotion strategies of the funeral services which are being used by foreign companies today: presence in the social media, use of wide range of online services, personal approach, engagement of the audience.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговые стратегии продвижения, ритуальная индустрия, маркетинг ритуальных услуг, цифровые коммуникации

Key words: marketing, marketing promotion strategies, funeral industry, marketing of the funeral services, digital communications

В силу своей специфики ритуальная индустрия практически лишена возможности прибегать ко многим традиционным приемам маркетинга, тем не менее, ее представителям необходимо продвигать свои услуги и получать прибыль, при этом не допуская у клиентов ощущения, что на из горе просто пытаются нажиться. Поэтому грамотный подбор маркетинговых стратегий продвижения в данной индустрии особенно важен.

Кроме того, сейчас, в эпоху современных технологий, растет роль цифровых коммуникаций в том числе и в маркетинге: люди ценят свое время и удобство, хотят иметь возможность быстро получать ответы на интересующие их вопросы и сравнить доступные варианты, привыкают изучать материалы в электронном виде и узнавать о новых продуктах компаний через их блоги и аккаунты в социальных сетях. Цифровой маркетинг проникает во все сферы услуг, которые хотят оставаться конкурентоспособными – и такие специфичные, как ритуальная сфера, в том

числе. В силу многих отличий менталитета и истории, западные страны пока быстрее движутся в сторону принятия смерти и разговора о ней, что, в свою очередь, сказывается на развитии индустрии в целом и маркетинга в ней; поэтому в данной статье мы рассмотрим маркетинговые стратегии продвижения, которые в настоящий момент используют зарубежные ритуальные компании.

Учитывая изменения, происходящие в ритуальной индустрии, меняются и маркетинговые стратегии продвижения ритуальных услуг: первое их упоминание в исследованиях встречается еще в 1986 году, когда выходит Funeral Rule – Похоронный закон, принятый Федеральной торговой комиссией 30 апреля 1984 года. Закон обеспечивал прозрачность для клиентов политики ценообразования, регулирования сделок на законодательном уровне, и осуществление контроля мошенничества в сфере ритуальных услуг [1, с.42.]. Часто при совершении сделок чувствовалось влияние на потребителей в основном двух факторов – временного давления и эмоциональной составляющей. В результате ритуальные компании прибегли к продвижению услуги прижизненных договоров. Подобная стратегия оказалась весьма удобна тем, что позволяла не только продвигать новую услугу, но и налаживать отношения с потенциальными клиентами. Потребители могли заключать прижизненный договор – это давало им возможность избежать временного давления и принимать спокойное взвешенное решение, выбирая именно ту компанию и условия, которые максимально подходили конкретно им.

Меняется время, тренды ритуальной индустрии и, соответственно, подходы к продвижению. Так, в течение последних нескольких лет, многие зарубежные ритуальные компании придерживаются концепции нишевого маркетинга, реализуемого через цифровые коммуникации, персонализированный подход, расширение продуктовой линейки, а также вовлечения аудитории [2, с.552]. В условиях нынешней цифровизации роль цифровых коммуникаций действительно сложно недооценить, ведь они присутствуют практически во всех маркетинговых стратегиях продвижения.

Во-первых, это построение стратегии присутствия ритуальной компании в социальных сетях. Например, Кейтлин Даути, владелица похоронного бюро в США, давно ведет свой канал на Youtube, где с юмором рассказывает об интересных случаях в своей практике, разных фактах о ритуальной сфере, личном опыте и, конечно, новых услугах и продукции, предлагаемых ее компанией. Кроме того, на официальном сайте похоронного дома доступен даже мерч позитивного отношения к смерти: например, футболки или бейсболки с юмористическими надписями.

Подобная стратегия позволяет достигнуть сразу несколько целей: перенести фокус с бренда на непосредственно эксперта, сделать материал более личным и повысить доверие в глазах потребителя. Рассказы об интересных кейсах позволяют оценить экспертизу сотрудника ритуальной организации, что также способствует формированию уровня доверия и надежности компании у клиента, а формат видео делает подачу информации не только более интерактивной, но и «живой» и личной. Подписчики получают интересный контент и узнают больше о ритуальной индустрии, что делает ее менее «закрытой» для них и пугающей – ведь мы часто подсознательно боимся того, о чем не знаем, особенно если сфера связана с такими тяжелыми ассоциациями как смерть, утрата или скорбь, и окутана многими мифами и стереотипами. Стратегия подобной открытости помогает зарубежным компаниям возможность развенчивать эти стереотипы, давая возможность показать своей аудитории ритуальную индустрию с разных сторон, продемонстрировать уровень своей экспертизы, а также повысить вовлеченность подписчиков, вовлекая их в различные дискуссии или устраивая другие формы взаимодействия.

Во-вторых, ритуальные компании за рубежом на данный момент не только уделяют внимание своим аккаунтам в социальных сетях, но и своим сайтам: важно, чтобы интернет страницы были удобны в плане навигации и подачи материала, и потенциальный клиент мог легко найти всю необходимую ему информацию – сегодняшний клиент хочет получить быстрый и комфортный для себя сервис, поэтому он не будет тратить время на попытки разобраться в запутанном интерфейсе сайта ритуальной компании, а просто уйдет на сайт конкурентов.

Сейчас на многих сайтах зарубежных ритуальных организаций доступен полный перечень их продуктов и услуг, а также есть возможность сразу заказать звонок или получить консультацию специалиста. Кроме того, часто организации предлагают такие дополнительные цифровые сервисы как онлайн планировщик похорон или видеостриминг с церемонии прощания: последняя услуга особенно удобна тем, кто по каким-либо причинам не может присутствовать на прощании с усопшим лично. Также сейчас возможно в принципе заказать достаточно большое количество услуг удаленно: от кремации до «похорон под ключ», т.е., полной организации всех необходимых процессов и мероприятий, если заказчик не имеет возможности заниматься всем этим самостоятельно (например, проживает в другой стране). Более того, появляется все больше цифровых кладбищ: онлайн мемориалов, хранящих контент из всех соцсетей усопшего и даже дающих возможности возложения виртуальных венков и зажигания свеч [3, с.285].

Третья маркетинговая стратегия продвижения, которую успешно используют сейчас ритуальные компании, связана с персонализированным подходом. Сегодня он ценится во всех сферах услуг, включая ритуальную. Так, согласно сразу нескольким исследованиям, клиенты сейчас в большинстве своем предпочитают традиционным похоронам более персонализированные, позволяющие отразить их личность и интересы [2, с.558]. Ритуальные компании отходят от концепции традиционных похорон, предлагая потребителям варианты мероприятий, которые смогут дать максимальное представление о том, каким был усопший: например, на церемонию прощания с любителем верховой езды есть возможность заказать упряжку с лошадьми, а для поклонника гонок – украсить зал арендованным спорткаром и тематически декорировать помещение.

Персонализированный подход наблюдается не только в этом – его же ритуальные организации используют, предлагая сопутствующие *aftercare services* – так называемые услуги по реабилитации, в том числе в цифровом формате. Как правило, под ними подразумеваются встречи с психологами, сопровождающими клиента на всем его пути переживания утраты. Подобные сервисы присутствуют в составе большого количества ритуальных компаний, почти всегда обозначаются на сайте компании, и действительно включены в карту пути клиента: так, с клиентом прежде всего начинает работать ритуальный агент, он же ведет клиента на всех дальнейших этапах, разрабатывая программу похорон конкретно под пожелания и особенности каждого клиента, и он же передает клиента психологу, если клиент изъявляет желание воспользоваться этой услугой. Подобная стратегия деликатного сопровождения на всех этапах клиентского пути, завершающегося поддерживающей терапией, позволяет клиентам ощутить индивидуальный подход и заботу, что в дальнейшем оказывает влияние на их решение сделать выбор в пользу той же ритуальной компании при дальнейшем обращении.

И, в завершение, нельзя не упомянуть еще одну важную маркетинговую стратегию продвижения, которая активно используется ритуальными компаниями сегодня – вовлечение потребителей через различную образовательную деятельность [4]. Например, ввиду растущей экологической осознанности населения сейчас доступно много онлайн мастер-классов и онлайн лекций по организации «зеленых» (экологичных) похорон, которые позволяют избежать причинения вреда природе, поскольку предполагают использование только натуральных разлагающихся материалов и отсутствие токсичных для почвы веществ и химикатов (которые

содержатся в растворах для бальзамирования): ритуальные организации рассказывают об особенностях подобного формата похорон, дают рекомендации и знакомят со своими тематическими продуктами и услугами. Благодаря подобной стратегии, компании могут получать новых клиентов без агрессивного прямого маркетинга и навязывания своих услуг: потребитель получает полезную релевантную информацию, созвучную с его текущими интересами, ценностями и предпочтениями, и заодно знакомится с услугами компании.

Однако, несмотря на растущую популярность определенных трендов в ритуальной индустрии и маркетинговых стратегий продвижения, нельзя не отметить, что в целом подобная картина наблюдается только на территории США и западных стран: в России ритуальная сфера развивается в маркетинговом плане намного медленнее, на что накладывают свой отпечаток два главных фактора – социокультурные особенности и структура российского ритуального рынка.

В связи с этим, существует множество перспектив изучения маркетинга ритуальных услуг, в частности на территории РФ. Среди них: сравнительный анализ маркетинговых стратегий продвижения, используемых зарубежными и российскими компаниями, выделение тех стратегий и трендов, которые могут быть применены в России, и определение маркетинговых стратегий продвижения, которые могут быть применены русскими ритуальными компаниями. Полученные результаты исследований будут являться прикладными и смогут применяться на практике маркетологами ритуальных компаний (либо непосредственно владельцами бизнесов) и рекламными агентствами.

Список использованных источников:

1. Schwartz M.L., Jolson M.A., Lee R.H. The Marketing of Funeral Services: Past, Present, and Future // *Business Horizons*. — 1986. — № 6. — С.40-45.
2. Beard V. R., Burger, W. C. Selling in a Dying Business: An Analysis of Trends During a Period of Major Market Transition in the Funeral Industry // *OMEGA—Journal of Death and Dying*. — 2020. — № 80 (4). — С. 544–567.
3. Мохов С.В. Рождение и смерть похоронной индустрии. От средневековых погостов до цифрового бессмертия. 3 издание — 2018. — С. 285–300.
4. Current Trends in the Funeral Industry [Электронный ресурс] – Режим доступа: – <https://www.funeral.eliteCME.com> (дата обращения: 06.04.2021).

Ху Ианпенг

Xu Jianpeng,

Санкт-Петербургский государственный

экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Международное управление бизнесом»

Master program "International Business Administration"

e-mail: xjpcherish@qq.com

ЦИФРОВИЗАЦИЯ БИЗНЕСА НА КИТАЙСКОМ РЫНКЕ В КОНТЕКСТЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 DIGITIZATION OF BUSINESS ACTIVITIES IN THE CHINESE MARKET FROM THE PERSPECTIVE OF COVID-19

Во время эпидемии правительство, предприятия и отдельные лица в той или иной степени использовали различные цифровые технологии для преодоления кризиса. В этой статье исследуется розничная торговля в Китае как пример, демонстрирующий как эпидемия продвинула цифровизацию китайского бизнеса, и предлагаются определенные рекомендации в отношении цифровой трансформации компаний.

During the epidemic, governments, businesses, and individuals, to varying degrees, have responded to the crisis with a variety of digital technologies. This paper takes China's retail industry as an example to illustrate the phenomenon that the epidemic promotes the digitalization of commercial activities in China, and gives some suggestions for enterprises' digitalization transformation.

Ключевые слова: пандемия COVID-19, цифровизация, стратегия бизнеса

Key words: COVID-19, digitization, business strategy

"Black Swan" COVID-19

In late 2019, a major public crisis of humanity, COVID-19, broke out, bringing heavy disaster to the world. The impact of COVID-19 on the world's existing economic conditions can be easily seen in the GDP data.

In 2020, except for Ireland (3.4%), Vietnam (2.91%), China (2.3%), Turkey (1.8%) and Uzbekistan (1.6%), the GDP growth rate of the world's major economies and countries will all be negative, such as the United States (-3.3%) and Russia (-3.1%). Italy (-8.9 %) and the United Kingdom (-9.9 %). Without a doubt, this is COVID-19's "masterpiece".

The "revolutionary" nature of COVID-19

The macro data of GDP growth rate largely reflects the difficulties suffered by enterprises at the micro level during the epidemic. Indeed, supply chain disruptions, production stagnation, laid-off workers and product backlogs are the true story of many companies during the epidemic. But, interestingly, not all businesses suffer from this experience. For example, although the

COVID-19 crisis has hit the Chinese economy hard, China's Internet companies have benefited from the quarantine (Danilin, I V., 2020) . This phenomenon should arouse our attention.

I have always held the view that the core driving force of the human world is human desires and needs. The famous psychologist Maslow explained this principle to people in the image of the hierarchy theory of human needs (Maslow, 1943), although this theory is not entirely perfect, for example, everyone has different priorities for needs. But in any case, people's pursuit of all kinds of needs to be satisfied, the role played in the social operation, cannot be ignored. And technology makes people's productivity show series growth, the corresponding, is the rapid accumulation of wealth, especially the human demand for material constantly get satisfied. This, in a way, seems to be the essence of economic development.

When we talk about the impact of technology on human history, the greatest events have been the three industrial revolutions. Among them, in the first industrial revolution, the invention achievements represented by the steam engine fundamentally changed the power problem in the production process, and created an era in which machines replaced manual labor. The second industrial revolution, on the basis of the first industrial revolution, once again promoted the development of social productive forces and brought mankind into the "age of electricity". From an economic perspective, in my opinion, the first two industrial revolutions were mainly focused on the production link of the economic system of human society, which fundamentally solved the shortage of the total supply of material wealth in human society.

The third industrial revolution, represented by information and communication technology, is undoubtedly another strengthening of the production link. But more importantly, compared with the improvement of the efficiency of the production process, digitalization is more about the subversion and innovation of the previous business model. For business, the revolution of the digital is largely about having a significant impact on consumption through the power of information technology. This is where the revolutionary nature of the COVID-19 comes in. Digitalization is changing the world all the time, but COVID-19 has really accelerated that process.

COVID-19 sets the stage for digitization

The epidemic has created digital conditions in which people are isolated in their homes, tempting them to pay more attention to the electronic devices around them. According to the survey data of 1,374 US adults collected through online questionnaires between April 4 to April 8, 2020, as a whole, respondents increased their use of digital communication technology under the influence of the epidemic (Nguyen, Minh Hao, 2020).

Secondly, the government blockaded cities to control the epidemic and delayed the resumption of work, which greatly reduced the production capacity of enterprises, leaving fixed costs such as wages and rent unchanged, causing serious cash flow problems.

Information technology appears to be a powerful tool for struggling companies seeking breakthroughs in services such as catering, hospitality and cultural tourism, where the reduced demand caused by the outbreak poses a serious threat.

Looking back at China during the epidemic, digital technology is mainly applied in the following scenarios in business activities:

(a). To make up for the labor shortage, digital technology helps automate production.

(b). Internal management and communication with employees (During the epidemic period, most enterprises in China used digital tools to prevent and control the epidemic)

(c). For non-manufacturing enterprises, the rise of online office (modern services such as law, auditing and asset appraisal).

(d). The most thorough changes have taken place in the retail industry, where the vast majority of enterprises have to switch from offline to online and rely on logistics services to move online.

A real example, fresh retail in China

Fresh food (vegetables, fruits, meat) has always been a difficulty for online retail, as the products have a short shelf life and are easy to rot. However, during the outbreak, traditional vegetable markets were closed to the public, which triggered a demand from consumers to buy vegetables online (倪翔;郑重, 2020). Then, Chinese business giants have moved quickly into the market.

Table 1. Major players in online fresh retail in China

Company name	Original Main Business
Meituan	online ordering, food delivery
Alibaba	the traditional Internet retail giant
SF Express	a famous logistics company
China Resources Vanguard	a famous supermarket chain

As the table above shows, Chinese business giants from different sectors have entered the fresh food retail market. They have leveraged their strengths to accomplish business that they could not do before. But behind this success is the fact that the epidemic has forced consumers to go digital.

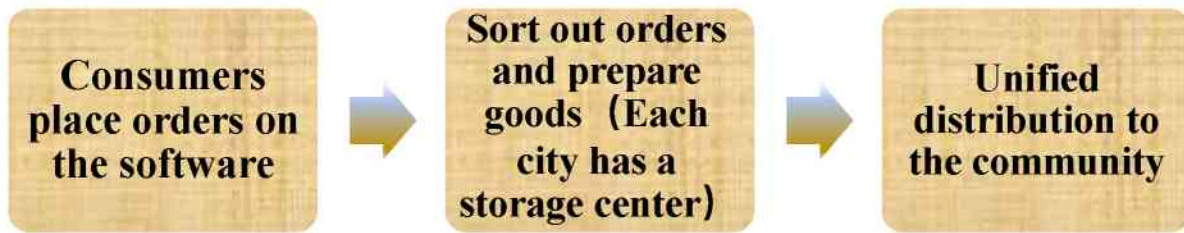


Figure 1. Online fresh sales business flow chart

Almost all companies follow a consistent business model, enticing customers to place orders on the platform and then starting to prepare goods for orders at warehouses in different cities. The warehouses in each city then use logistics to deliver goods to various communities. In each community, there are temporary storage sites, and consumers need to go to a storage location closest to home and pick up the goods themselves using their identity information. Customers usually place orders the day before and the goods are delivered the next day. In many places, goods can be delivered the same day they are ordered.

Compared with the traditional mode, this method saves a lot of costs, such as rent, salesman's salary and so on. So consumers can get goods at lower prices. In addition, because this way is faster than the traditional online shopping to receive goods, so it has been favored by people.

There is no doubt that COVID-19 sets the stage for this business to take off. But it is precisely digitization that is playing a key role. In essence, information technology is like a bridge, connecting demand and supply in the market skillfully, precisely matching. Based on this, with convenient logistics and online payment, the transaction can be completed.

Conclusion

The process of digitization has never stopped, but the epidemic that brought us so much disaster may have created the conditions for it. There is no doubt that digitization will lead to some problems in the short term, such as job losses and short-term cost increases for enterprises. But just as the horse-drawn carriage was eventually replaced by the automobile, the advanced new thing will eventually replace the old thing. This is so called development.

Enterprises should clearly see the trend of digitization, and keenly perceive the risks and opportunities that digitization brings to the industry. However, companies should always understand consumers and what they really want, based on which a series of adaptation strategies in this digital age should be implemented.

References

1. A.H.Maslow.A Theory of Human Motivation[J]. Psychological Review. 1943: 370-396.

2. Danilin, I V. "The Impact of the COVID Crisis on the Innovative Potential of China's Internet Platforms." Herald of the Russian Academy of Sciences vol. 90,6 (2020): 779-788. doi:10.1134/S1019331620060271

3. Nguyen, Minh Hao, et al. "Changes in Digital Communication During the COVID-19 Global Pandemic: Implications for Digital Inequality and Future Research." Social Media + Society, July 2020, doi:10.1177/2056305120948255.

4. 倪翔;郑重.我们在后疫情时代卖生鲜[J].商业文化,2020,(36):38-47.

Чентырев Даниил Юрьевич
Daniil Iurevich Chentyrev

Санкт-Петербургский Государственный Экономический Университет
Saint Petersburg State University of Economics
Магистерская программа Международная торговля
Master's degree in international trade
e-mail:chentyrev31@mail.ru

**ТРЕНДЫ ДИДЖИТАЛИЗАЦИИ, КАК АСПЕКТЫ
ЦИФРОВИЗАЦИИ ПИВОВАРЕННОЙ ОТРАСЛИ**
**DIGITALISATION TRENDS AS ASPECTS OF DIGITALISATION
OF THE BREWING INDUSTRY**

Автор статьи освещает темы особенно актуальные на быстроразвивающемся рынке алкогольной продукции. Автоматизация основополагающих бизнес-процессов определена в аспекте повышения конкурентоспособности предприятия. Посредством внедрения предложенных IT проектов экономические возможности предприятия превалируют над прогнозами и совершенствуются в ключевых аспектах.

The author covers topics of particular relevance to the rapidly evolving alcoholic beverages market. Automation of fundamental business processes is defined in the aspect of increasing enterprise competitiveness. Through the implementation of the proposed IT projects, the economic opportunities of the company prevail over the forecasts and improve in key aspects.

Ключевые слова: IT Системы, KPI экран, эффективизация бизнес-процессов, логистические системы.

Key words: IT Systems, KPI screen, business process efficiency, logistics systems.

Современные требования конкурентоспособного рынка определены внедрением IT-систем в оборот алкоголесодержащей и пивной продукции. Основными действующими обязательными стандартами являются маркировка и учет продукции в единой государственной автоматизированной идентификационной системе. Ключевая особенность указан-

ной регламентирующей и контролирующей системы состоит в фундаментальной интеграции с базовыми ERP системами, системами товародвижения и CRM. Контроль алкоголесодержащей продукции берет свое начало на этапе производства, содержит и учитывает данные о произведенном количественном и качественном выражении товара, его реализации к конкретной торговой точке и передачу данных о каждом логистическом шаге бизнес-процесса.

Функции ЕГАИС являются контролирующими и необходимы для фактического учета производимой и реализуемой продукции. Но данная система открывает большие возможности внедрения цифровизации в существующие бизнес-процессы компании. Точечными направлениями внедрения цифровизации и роботизации являются такие разделы бизнес-процесса как:

- Документооборот
- Заказы
- Логистика
- Управление спросом
- Управление сервисом продаж
- Оптимизация кадрового потенциала Компании
- Обучение сотрудников без привлечения дополнительных средств

Документооборот в торговле занимает основополагающую роль сервиса, определенного Компанией. Широта логистических процессов, удаленность складов, множество производственных площадок и большой охват рынка определяет невозможность классического документационного обеспечения на бумажных носителях. С целью оптимизации данного процесса в Компании внедрен EDI и ЭДО документооборот, которые дополняют электронный документооборот внутри ЕГАИС. С помощью данного процесса Компания с минимальным количеством бумажных носителей в режиме онлайн имеет возможность получения и подтверждения заказа, передаче отгрузочных первичных документов Клиенту, сообщения Клиенту о старте отгрузки, принятия подтверждения о приемке заказа, сообщения о возможных расхождениях с заказом (недопоставка, пересорт и пр.), получение и отправка расчетных документов. При внедрении данного процесса исключается практически весь бумажный документооборот, что также определяется экологичностью Компании.

Следующий аспект внедрения диджитал систем – CRM обеспечение заказов посредством мобильного приложения, используемого супервайзерами в конкретной торговой точке. Система Маккинзи с помощью

количества сканирования товара на кассовых аппаратах, учета доступности товаров, формирует и рекомендует к заказу супервайзерам количество каждого позиционного наименования, при этом, супервайзер в режиме онлайн имеет возможность просмотреть полку и сопоставить данные с остатками продукции в торговой точке.

Логистические составляющие также роботизированы. Логистический метод работает по схеме, представленной на рисунке 1.

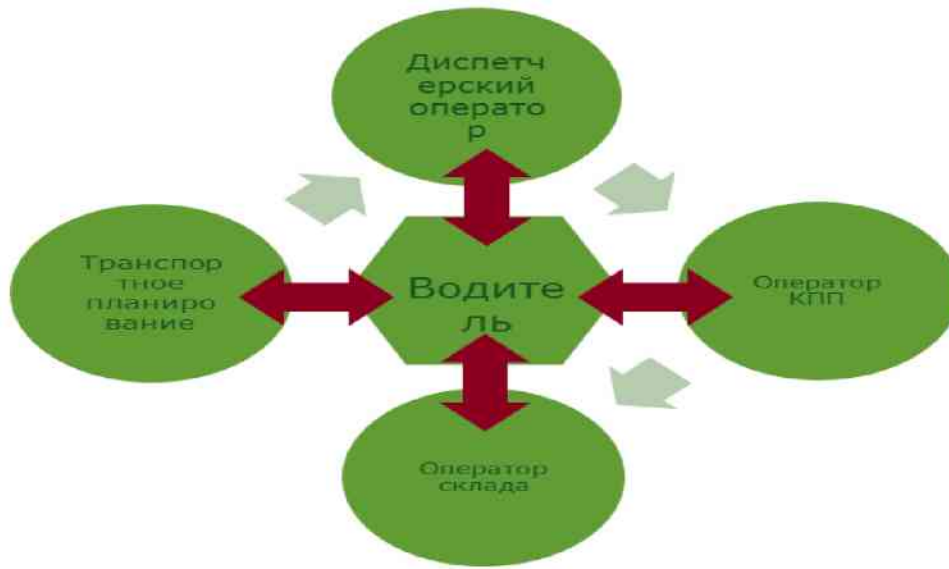


Рисунок 1. Роботизация логистических систем

Данная система позволяет повысить качество доставки и снизить затраты на собственный транспорт. Во внедренной системе функции контроля доставки и прогноз прибытия клиентов являются роботизированными.

Компания в 2020 году запустила пилотный проект – Прогнозирование и моделирование продаж. Цель данного проекта - создать модель прогнозирования промо и регулярных продаж с высокой степенью стабильности и высокой точностью прогнозирования результата. Пилотный проект основополагается на анализе «что-если». Суть внедрения и методы: организация кросс-функциональной команды (ИТ, продажи, ТМ, ВМ, SC), анализ рынка и продавцов, предлагающих решения, встреча со всеми потенциальными партнерами, составление короткого списка партнеров для бесплатного тестового задания. Тест проводится совместно с федеральной компанией X5 Retail Group. На основе теста результаты будут оценены и сравнены с существующей системой прогнозирования, как с точки зрения точности прогнозов, так и качества факторного анализа.

Еще одно направление, которое необходимо рассмотреть в данной работе – цифровизация и роботизация в системе обучения и развития сотрудников компании. Пандемия 2020 заставила Компанию взглянуть на производственные процесс и эффективность сотрудников направления обеспечения продаж по-новому. На сегодняшний день разработан и внедрен проект решения кадровых вопросов. Основная цель – реализовать возможность предоставления кадровых услуг всем сотрудникам, независимо от их местонахождения или других условий, упростить работу вне офиса.

Кадровые услуги:

Система позволяет работать на любом устройстве. Возможность подтверждения и авторизации сотрудника без помощи IT специалистов - по корпоративной почте (аккаунт AD), корп. номер мобильного телефона или даже частный номер мобильного телефона (TBD). Система позволяет направлять запросы в кадры и бухгалтерию - запрос на отпуск, информация о заработной плате, регистрация дней болезни, запрос на пособие и т.п.

Обеспечение профессиональной деятельности. Для сотрудников направления коммерции разработана система голосового помощника. Данная система позволяет не тратить время на механическую набивку заказа и составления планограммного отчета. CRM основывается на голосовом помощнике для мобильного агента СР, который позволяет осуществлять голосовое управление процессом заказа как для конкретно указанной торговой точки, так и для склада и производства., а также производить сбор и накопление маркетинговой информации. С помощью голосового бота Компания собирает и подтверждает первичную информацию об инцидентах, связанных с доставкой продукции. На основании полученной информации оформляется карточка, содержащая всю необходимую информацию. Данная карта передается ответственному специалисту в бэк-офисе.

Для сотрудников производства организованы KPI экраны. KPI времени выполнения – проект для отображения (мониторы или телевизоры, установленные непосредственно в линиях розлива) состояния конкретных линий, а также визуализацию основных показателей (KPI) этих линий. Данное внедрение позволяет мотивировать сотрудников в режиме онлайн, при этом достигая +0,55% КПД.

Таким образом, современные тенденции IT-систем, как аспект цифровизации пивоваренной отрасли на примере Компании ООО «Пивоваренная компания «Балтика» имеют широкую представленность во всех основополагающих направлениях внутренней деятельности федеральной Компании пивоварения.

Список использованных источников:

1. Брадышев А.Д. Системный подход к ускорению бизнеса. Москва. Лэйм-Траст. 2021. 114 с.
2. Кравцова Л.Е. CRM системы в экономике предприятия. Вызовы. СПб. Коммерческий директор. №4. 67 с.
3. Эпштейн Г. Шаги к цифровой трансформации. Балтика. 20 с.

Чистов Александр Сергеевич
Chistov Alexander Sergeevich,
 Санкт-Петербургский государственный
 экономический университет
 St. Petersburg State University of Economics
 Программа «Учет, анализ и аудит в отраслях экономики»
 Master program “Accounting, analysis and audit in economic sectors”
 e-mail: 8751956@gmail.com

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях рыночной экономики предприятиям необходимо выстраивать свою работу максимально эффективно. Это даст возможность привлекать источники финансирования и грамотно их использовать, что может способствовать финансовому выживанию. Эффективность деятельности компании можно оценить при помощи ключевых показателей эффективности.

In a market economy, enterprises need to build their work as efficiently as possible. This will make it possible to attract sources of funding and use them wisely, which can contribute to financial survival. The company's performance can be assessed using key performance indicators.

Ключевые слова: бизнес, ключевые показатели эффективности, предприятие
 Key words: business, key performance indicators, enterprise

Ключевые показатели эффективности (далее КРІ) – это показатели деятельности организации, выраженные в числовых значениях, позволяющие определить уровень достижения поставленных целей, эффективность работы сотрудников, подразделений и компании в целом. Данные, полученные при расчете КРІ, являются необходимыми для анализа деятельности предприятия. Они помогают сделать выводы об эффективности работы и принять грамотные решения об ее повышении.

Когда руководство выбирает стратегию предприятия, стоит учесть, что существует два вида КРІ. Первый вид – стратегические. Достижение поставленных значений данного вида ключевых показателей сильно изменяет положение организации. Второй вид – это нормативные. Их

отличие от стратегических КРІ заключается в том, что при выборе такого вида ключевые показатели эффективности необходимо поддерживать на определенном уровне в пределах краткосрочного периода.

Ключевые показатели эффективности, которые относятся к стратегическому виду, отражают преимущества компании перед конкурентами. Если показатели показывают высокие результаты, то это означает, что в организации достигаются стратегические цели. Каждый показатель работы компании показывает определенный аспект конкурентного преимущества.

Что касается нормативного вида, то стоит отметить, что они носят временный характер, то есть относятся к определенному временному периоду. Так, можно сделать вывод, что КРІ стратегического вида отвечают за достижение поставленных целей, а показатели нормативного вида – за решение задач.

При разработке системы КРІ следует учитывать определенные требования, которые предъявляются к каждому из коэффициентов:

- динамика изменения КРІ может быть отражена графически. Данное требование позволит сделать определенные выводы относительно показателей и принять решения;

- уровень КРІ должен быть таким, чтобы его возможно было достичь, но в тоже время он должен являться стимулом к улучшению работы;

- КРІ должны находиться в сфере ответственности сотрудников, чья работа будет оцениваться;

- ключевые показатели эффективности должны быть мотивирующими, чтобы каждый сотрудник был заинтересован в своем росте;

- все КРІ должны быть четко определены для того, чтобы любой человек, работающий в компании, мог их измерить. Данное требование особенно важно для руководителей, которые оценивают работу подчиненных, и сотрудников, чьи результаты деятельности будут оценены;

- ключевые показатели эффективности должны быть сопоставимыми для того, чтобы в подобных ситуациях одни и те же КРІ можно было сравнить;

- КРІ – база для анализа [2, с. 7].

На сегодняшний день очень мало теории в вопросе создания КРІ. В российской литературе, раскрывающей данный момент, способы и методы их разработки носят рекомендательный характер. На данный момент положений, который были бы универсальны с точки зрения разработки ключевых показателей эффективности, нет. Авторы различных работ предлагают разрабатывать свои способы и выделять принципы, подходящие конкретному предприятию.

Оценка эффективности включает набор процедур по анализу динамики показателей хозяйственной деятельности компании.

Показатели, которые исследуются при оценке эффективности, можно представить в виде 4 групп:

- показатели эффективности использования финансовых ресурсов;
- показатели эффективности использования основных средств;
- показатели эффективности использования трудовых ресурсов;
- общие показатели производственной эффективности.

Развитие бизнеса способствует смене критериев оценки успешности и эффективности работы компании. Перечень наиболее распространенных критериев оценки эффективности представлен в таблице 1 [3, с. 121].

Таблица 1 - Критерии оценки эффективности работы предприятия

Стадии развития бизнеса	Основные критерии эффективности
Выход на рынок	Рентабельность продаж
	Величина валового дохода
	Величина операционной прибыли
	Величина операционного денежного потока
Самокупаемость деятельности	Рост рентабельности продаж
	Рост операционной прибыли
	Рост операционного денежного потока
Самофинансирование деятельности	Величина чистой прибыли
	Величина чистого денежного потока
	Рентабельность активов
	Рентабельность капитала
Устойчивый рост масштабов бизнеса	Рост чистой прибыли
	Величина остаточной чистой прибыли
	Рост рентабельности активов
	Рост рентабельность капитала
Рост стоимости компании	Добавленная экономическая стоимость
	Рентабельность инвестиций
	Положительная динамика выплат акционерам
	Прирост капитала компании

Качество оценки эффективности компании на конец отчетного года зависит от полноты использования методов оценки.

Существует четыре метода анализа данных, которые следует использовать при оценке эффективности:

- трендовый;
- структурный;
- сравнительный;
- факторный.

Что касается оценки эффективности организации, каждый из этих методов представлен в разновидностях, отраженных в таблице 2.

Таблица 2 - Методы оценки эффективности работы предприятия

Основные методы анализа данных	Разновидности анализа
Трендовый	Сравнение фактических показателей отчетного года с плановыми показателями на отчетный год
	Сравнение фактических показателей отчетного года с показателями прошедшего года
	Сравнение значений отдельных показателей за несколько периодов
Структурный	Анализ прибыли по отдельным видам продукции/услуг
	Анализ направлений деятельности компании, по которым образуется прибыль
	Анализ динамики активов компании
	Анализ использования прибыли компании
Сравнительный	Анализ показателей выручки компании
	Анализ уровня доходности компании
	Анализ показателей операционной прибыли компании
Факторный	Анализ показателей выручки компании
	Анализ показателей прибыли компании
	Анализ использования трудовых ресурсов
	Анализ использования производственных фондов

Существует несколько этапов, позволяющих оценить уровень эффективности компании.

На первом этапе происходит расчет и оценка общих показателей рентабельности, которые отражают эффективность производственной деятельности предприятия.

На втором этапе – расчет и оценка общих показателей рентабельности, которые показывают эффективность использования ресурсов предприятия.

На третьем этапе происходит факторный анализ показателей рентабельности для выявления причин отклонений показателей текущего года по сравнению с предыдущим.

На заключительном этапе рассчитывают и оценивают частные показатели эффективности, показывающие отдельные аспекты работы [1, с. 89].

Таким образом, можно сделать вывод, что при разработке стратегии и системе управления компанией руководству необходимо проанализировать основные направления деятельности. Это позволит выделить стратегически важные моменты, на основании чего можно построить дальнейшую работу организации. Если применить КРІ, то это даст возможность скорректировать или уточнить стратегические цели компании. Именно поэтому следующим этапом анализа является определение показателей в количественном выражении. Анализ значений выбранных ключевых показателей в динамике позволит контролировать их исполнение и оценивать эффективность деятельности предприятия с точки зрения достижения поставленных целей.

Список использованных источников:

1. Бувин Н. Ключевые показатели эффективности: как разработать и внедрить // Финансовый директор. – 2018.
2. Разработка КРІ для принятия ключевых решений и мотивации персонала // Финансовый директор. – 2017.
3. Родин И.И. Введение КРІ и результаты его применения в России // Статистика и экономика. – 2014. – №1.

Шереметьева Мария Александровна
Sheremeteva Mariia Alexandrovna
 Санкт-Петербургский государственный
 Экономический университет
 St. Petersburg State University of Economics
 Программа «Гражданское право, семейное право»
 Master program «Civil law, family law»
 e-mail: Masha111196@yandex.ru

ПРАВОВОЙ РЕЖИМ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Статья представляет собой обзор о нынешнем состоянии такого аспекта, как правовой режим результатов деятельности искусственного интеллекта. Ставится вопрос о праве авторства искусственного интеллекта. Что представляет собой искусственный интеллект и генерируемое им решение. Остается открытым вопрос о принадлежности такого вновь созданного результата.

The article is an overview of the current state of such an aspect as the legal mode of the results of the activity, which made by the artificial intelligence. The question is raised

about the right of authorship of artificial intelligence. What the artificial intelligence is and what the essence of the solution, which it made. The question of the ownership of such a newly created results is opened.

Ключевые слова: искусственный интеллект, результаты интеллектуальной деятельности, программа для ЭВМ, база данных, авторское право

Key words: artificial intelligence, results of intellectual activity, computer program, database, copyright

Стремительно развивающиеся технологии ставят многочисленные вызовы перед современным гражданским законодательством, в частности, назревает вопрос о судьбе объектов, созданных искусственным интеллектом (далее – ИИ).

Искусственный интеллект в нормативных правовых актах РФ определяется, как комплекс технологических решений, дающий возможность имитировать интеллектуальные функции гражданина и получать по итогу результаты, которые находятся на уровне или превышают уровень интеллектуальной деятельности человека.

Уже сейчас в возможностях ИИ:

- дописывать и совершенствовать программный код;
- рисовать картины;
- писать статьи;
- и прочее.

Встает вопрос о том, кому принадлежат права на соответствующие объекты, как обеспечить их правовую охрану, ведь, по сути, создал их не человек своим творческим трудом, а машина.

ИИ – это по своей сути, компьютерная программа, которая на основании анализа баз данных, аккумулирует, анализирует информацию и на основании полученных и скомпонованных данных выдает нужное решение. У ИИ нет цели, какой-либо умысел преследуют его создатели, владельцы и т.п., т.е. юридические и физические лица.

Мотивом создания такого феномена, как ИИ является совершенствование высоких технологий, экономического оборота, улучшение качества жизни населения и т.п., т.е. это делается во благо граждан. И продукт, потенциально созданный ИИ, генерируется человеком для человека, нельзя про это забывать.

Соответственно, полагается ошибочным мнение о наделении результатов деятельности ИИ авторско-правовой защитой.

Ведь ИИ не может по нынешней системе законодательства быть признан автором произведения, т.к. не является гражданином.

Вопрос о непосредственно творческой деятельности ИИ на наш взгляд является интересным и дискуссионным. ГК РФ говорит, что автором произведения должно являться непременно физическое лицо, твор-

ческим трудом которого оно создано. Но творчеством, по своей сути, является нечто совершенно новое, вновь созданное. ИИ уже создает произведения литературы, искусства и т.п.

Но стоит согласиться с мнением, что поскольку такой объект не является результатом интеллектуальной деятельности человека, то и авторско-правовой защите он не подлежит [1, с. 1].

Что касается признания за генерированным результатом смежного исключительного права, то справедливо замечает Ю.С. Харитонова – в таком случае гражданско-правовой защите подлежала бы только та часть вновь созданного объекта, которая потребовала бы каких-либо технических и/или организационных усилий [2, с. 10].

В самом общем виде, ИИ – это объект гражданских прав. Он может создавать, посредством своих алгоритмов, другой, производный объект, будь то программный код, картина, фотография или нечто принципиально новое, будучи все еще техническим устройством.

Право знает истории, когда за действиями, технически произведенными устройством, признавали деятельность человека, то, с помощью чего он выражал свое творчество в объективной реальности [2, с. 5].

С результатом деятельности ИИ не так просто, как с фотографией.

Если программист создал ИИ, способный дописывать и изменять созданный им программный код, то такой код будет принадлежать этому физическому лицу.

Или, например, в Китае ИИ сгенерировал новостную статью. Робот компании Tencent написал письменную работу о положении на фондовом рынке. Суд признал, что при копировании статьи онлайн-платформой Shanghai Yingxun Technology Company были нарушены авторские права компании Tencent. Таким образом, суд признал права за юридическим лицом, в собственности которого находится генерирующее устройство.

Гораздо более запутанной является история с картиной «Портрет Эдмонда Белами», которая была сгенерирована ИИ. Картина была продана на аукционе за 432,5 тысячи долларов. Автором признается не ИИ, а французское объединение Obvious, состоящее из трех студентов. Однако, вопрос принадлежности прав на такую картину, денежных средств, вырученных с ее продажи, остается дискуссионным, ведь при создании картины, Obvious использовали генеративно-состязательную сеть (GAN). В свою очередь GAN была разработана одним лицом, а внедрило в использование его другое. Также при создании картины был использован оригинальный код программиста-художника Робби Барата.

Из вышесказанного стоит сделать вывод о том, что режимы результатов деятельности ИИ будут отличаться в зависимости от субъекта, пре-

следующего тот или иной интерес, степени вовлеченности пользователя, создателя ИИ, лиц, которые компилируют несколько кодов программирования, внося свои значительные изменения и модификации.

Вопрос правового режима результатов деятельности искусственного интеллекта остается остро стоящим и дискуссионным.

Список использованных источников:

1. Гурко А. Искусственный интеллект и авторское право: взгляд в будущее // ИС. Авторское право и смежные права. 2017. № 12. С. 7 - 18.

2. Харитонова Ю.С. Правовой режим результатов деятельности искусственного интеллекта // Современные информационные технологии и право: монография / Московский госуниверситет им. М.В. Ломоносова, Юридический факультет / отв. ред. Е.Б. Лаутс. М.: Статут, 2019. С. 68 - 83.

Шубаев Егор Кириллович
Shubaev Egor Kirillovich,
Медведев Алан Станиславович
Medvedev Alan Stanislavovich,
 Санкт-Петербургский государственный
 экономический университет
 St. Petersburg State University of Economics
 Программа «Финансы и кредит»
 Master program «Finance and credit»
 e-mail: shubaev_egor@mail.ru,
 Alan.medvedev.1998@mail.ru

**АСПЕКТЫ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ РЕКЛАМНОГО РЫНКА
 ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛОВ
 ASPECTS OF THE TELEGRAM CHANNEL ADVERTISING
 MARKET ASSESSMENT METHODOLOGY**

Авторами статьи рассмотрена готовая методика оценки объёма рынка рекламы в Telegram-каналах и предложены некоторые существенные дополнения к ней в аспекте общего количества продаж рекламных постов. Рассмотренная методика базируется на анализе одной из самых популярных рекламных категорий - «Финансы и бизнес».

The authors of the article considered a ready-made method for assessing the volume of the advertising market in Telegram channels and proposed some significant additions to it in terms of the total number of sales of advertising posts. The considered methodology is based on the analysis of one the most popular advertising categories – «Finance and Business».

Ключевые слова: Telegram, telegram-каналы, интернет-маркетинг, финансы и бизнес, образование, CPM, CPA, рекламный пост, социальная сеть, мессенджер

Key words: telegram, telegram channels, internet marketing, finance and business, education, CPM, CPA, advertising post, social network, messenger

На сегодняшний день Telegram является кроссплатформенным мессенджером, который позволяет пользователям обмениваться сообщениями, а также файлами множества форматов. Особенностью мессенджера также является его ориентированность на конфиденциальность данных пользователей, а также быстрая скорость доставки сообщений.

В 2021 году мессенджер начинает монетизироваться за счет появления дополнительных функций для бизнес-команд и пользователей с расширенными потребностями. По словам основателя Telegram Павла Дурова, для обычных пользователей все текущие сервисы останутся бесплатными и никакого ограничения функционала не будет. В Telegram будет предложена собственная рекламная платформа для каналов, которая будет обеспечивать пользователям удобство и защиту данных. За счёт доходов от данной платформы будут покрываться расходы на содержание серверов компании.

Стоит отметить, что на сегодняшний день Telegram занимает 6 место среди всех мессенджеров в мире исходя из количества активных пользователей в месяц. В апреле 2020 года Telegram достиг 400 миллионов активных пользователей в месяц по всему миру.

В таблице 1 представлена структура рынка рекламы по 10 наиболее популярным категориям в русскоязычных Telegram-каналах.

Таблица 1. Структура рынка рекламы по 10 наиболее популярным категориям в русскоязычных Telegram-каналах

Категория	Оборот рекламы, %
Бизнес и финансы	20,1
Женский раздел	9
СМИ	7,9
Культура, образование и искусство	6,1
Спорт	5,9
Интернет и маркетинг	5,9
Отдых и развлечения	5,4
Кино	5
Наука и технологии	4,9
Мотивация и саморазвитие	4,4

Как видно из таблицы 1, на первые 10 категорий приходится почти 75% всего рынка рекламы в Telegram-каналах, что соответствует закону Парето. Стоимость рекламы в Telegram-каналах зависит от те-

матики канала, в котором эта реклама покупается, а также от следующих параметров: пол аудитории, возраст аудитории, платёжеспособность аудитории, география, общее количество подписчиков всех каналов по данной тематике.

Согласно маркетинговым исследованиям, в образовательных каналах и каналах о бизнесе и финансах реклама является самой дорогой. При этом самая дешёвая реклама размещается в основном на каналах со смешными видеороликами и картинками.

По мнению экспертов, стоимость российского рекламного рынка варьируется от 5 до 23 млрд рублей.

Тем не менее, экономист и профессор Корнилов Д. А. предложил методику, которая позволяет приблизительно оценить стоимость российского рекламного рынка. Она базируется на показателе СРМ (стоимости тысячи просмотров рекламного поста).

Для того, чтобы подтвердить эффективность данного показателя в оценке рекламного рынка, был проведён анализ 50 Telegram-каналов из наиболее популярной категории «Бизнес и финансы». Примеры собираемой информации по 10 наиболее популярным каналам представлены на рисунке 2 ниже.

Категория «Бизнес и финансы»													
Итого топ-50													
1 806 075 831 222 612 20 926 900 20 926 900													
кол-во каналов	№ п/п	просмотр	канал	ссылка	цена/пост	ГДП	Просмотры	Просмотры н.к.	ER	кол-во размещений рекламы за 30 дней (к)	стоимость рекламы за 30 дней	СРМ	стоимость рекламы за 30 дней н.к.
1	1	Банкста	https://t.me/banksta	72 000	157 728	45 731	45 731	29	23	1 656 000	1 574	1 656 000	
2	2	Книги на миллион бизнес блог	https://t.me/itkniga	56 000	385 791	42 923	88 654	11,1	16	896 000	1 305	2 552 000	
3	3	Бить Ити	https://t.me/bobeev_official	10 000	103 040	37 483	126 137	36,4	29	290 000	287	2 842 000	
4	4	Ламон на чай	https://t.me/lamondonea	50 000	163 548	31 249	159 386	20,3	5	250 000	1 504	5 092 000	
5	5	Vitkogan	https://t.me/vitkogan	150 000	129 754	31 929	191 515	24,6	7	1 050 000	4 698	4 142 000	
6	6	InvestFuture	https://t.me/investfuture	50 000	137 816	28 918	220 233	21	33	1 650 000	1 729	3 792 000	
7	7	РынокДельтаБласт РДБ	https://t.me/rd47off	300 000	132 759	28 939	248 572	21,3	0	0	10 586	5 792 000	
8	8	Подкасты Книги Аудиокниги	https://t.me/hibyusa_angloys	7 500	394 292	27 852	276 424	7,1	42	315 000	268	6 107 000	
9	9	Сигналы РДБ	https://t.me/signalstocks	100 000	77 746	34 055	300 479	30,9	1	100 000	4 157	6 207 000	
10	10	ProfitGate - экономика, трейдинг	https://t.me/profitgate	83 000	46 294	22 972	323 451	49,6	5	165 000	1 437	6 372 000	

Рисунок 4. Характеристики первых 10 каналов из топ-50 каналов по количеству просмотров из категории «Бизнес и финансы»

Из рисунка выше видно, что собиралась следующая информация: стоимость рекламного поста

- количество подписчиков канала;
- количество просмотров одного поста;
- количество размещений рекламных постов на этих каналах за 30 дней;

На основе данных был рассчитан показатель ER, который характеризует соотношение количество подписчиков к просмотрам одного поста. Кроме того, были рассчитаны СРМ и другие показатели информации

онной эффективности канала. Далее была произведена оценка отношения среднего СРМ в 50 самых популярных каналах в каждой из этих двух тематик к среднему значению СРМ всех каналов данных тематик, представленных на бирже Telega.in. Расхождение между данными не превысило 3%.

В результате получаем распределение по стоимости рекламы в зависимости от просмотров. Для детального анализа распределения оборота рекламы по каналам необходимо построить диаграмму Парето, которая представлена на рисунке 3. Для этого необходимо параметры, которые указаны на рисунке 2, ранжировать не по количеству просмотров, а по стоимости рекламы за 30 дней.

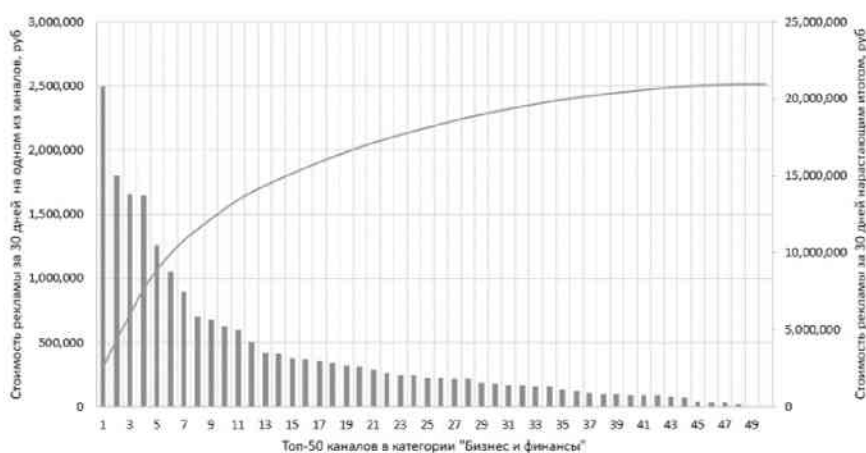


Рисунок 5. Стоимость рекламы за 30 дней в категории «Бизнес и финансы»

Группы каналов по ER	ER от в %	ER до в %	Число каналов	ПДП	Просмотры*
1 «выбленная аудитория»	0,00	10	1 138	8 945 907	447 295
2	10,01	20	315	5 418 970	813 387
3	20,01	30	255	3 888 207	972 441
4	30,01	40	147	1 998 218	699 576
5	40,01	50	75	636 333	286 413
6	50,01	60	33	251 411	138 301
7	60,01	70	11	60 011	39 013
8	70,01	80	2	14 115	10 588
9	80,01	90	2	23 025	19 574
10 «сверх активная аудитория»	90,01	100	4	35 812	34 025
ИТОГО	0	100	1 982	21 272 009	3 460 613

Рисунок 6. Распределение каналов в категории «Бизнес и финансы» в зависимости от степени активности аудитории (количества просмотров²) по данным

² Просмотры рассчитаны как среднее значение ER* ПДП. Например, просмотры для первой строчки: 5% * 8 945 907 = 447 295

Выводы и результаты

1. На топ-50 каналов категории «Бизнес и финансы» приходится около 3 806 075 подписчиков (ПДП), 831 222 просмотра. При этом средний ER равен 21,8% ($831\,222/3\,806\,075$). Данные показатели обеспечили приток рекламы в топ-50 каналов рассматриваемой категории на сумму около 20,9 млн рублей за месяц. Из рисунка 3 видно, что на около 20 из 50 каналов, которые были ранжированы по стоимости рекламы за 30 дней, приходится порядка 80% оборота рекламы. При этом, если сортировать каналы по просмотрам, то на 20 из 50 каналов приходится порядка 59% оборота рекламы. Подробнее представлено в таблице 2 ниже.

Таблица 2. Доля рекламы, которая приходится на самые крупные каналы из топ-50

Кол-во каналов из топ-50, ранжированных по просмотрам	Суммарная стоимость рекламы за 30 дней н.и.	Доля рекламы, приходящейся на самые крупные из топ-50, %
20	12 422 000	59,4
40	19 627 900	93,8
50	20 926 900	100,0

2. Все каналы в категории «Бизнес и финансы» разделены на 10 групп в зависимости от показателя ER (доля активной аудитории) (см. рис. 4). Выявлено количество каналов и ПДП в каждой группе. Определено общее количество просмотров 3 460 613 на 21'272'009 подписчиков.

3. Расчет доли выборки (топ-50) из категории «Бизнес и финансы» представлен ниже на рисунке 5.

	каналов	ПДП	Просмотры	Средний ER* в %
ТОП50 в категории "БиФ"	50	3 806 075	831 222	21,8
Всего в категории "БиФ"	1 982	21 272 009	3 460 613	16,3
Доля выборки в %	2,5	17,9	24,0	-
Неохваченная аудитория в ед.	1 932	17 465 934	2 629 391	-
Неохваченная аудитория в %	97,5	82,1	76,0	-

Рисунок 5. Доля выборки (топ-50) из категории «Бизнес и финансы»³

Таким образом, на 2,5 % (топ-50) каналов категории «Бизнес и финансы» приходится 17,9% подписчиков (ПДП) и 24 % просмотров

³ Средний ER равен отношению Просмотров/ПДП

(активной аудитории). Следовательно, на оставшиеся 97,5% каналов (1982 – 50 = 1932 канала в категории «Бизнес и финансы») приходится порядка 82,1 % подписчиков (ПДП) и 76% просмотров (активной аудитории).

Следовательно, максимальный оборот рекламы в категории «Бизнес и финансы» при линейной зависимости от просмотров составляет порядка $20,9/0,24 = 87,1$ млн рублей за ноябрь 2020 года.

Годовой оборот рекламы в категории «Бизнес и финансы» составляет порядка $87,1 * 12 = 1045$ млн рублей в год.

Построим график зависимости стоимости рекламы нарастающим итогом от количества просмотров нарастающим итогом (рис. 6).

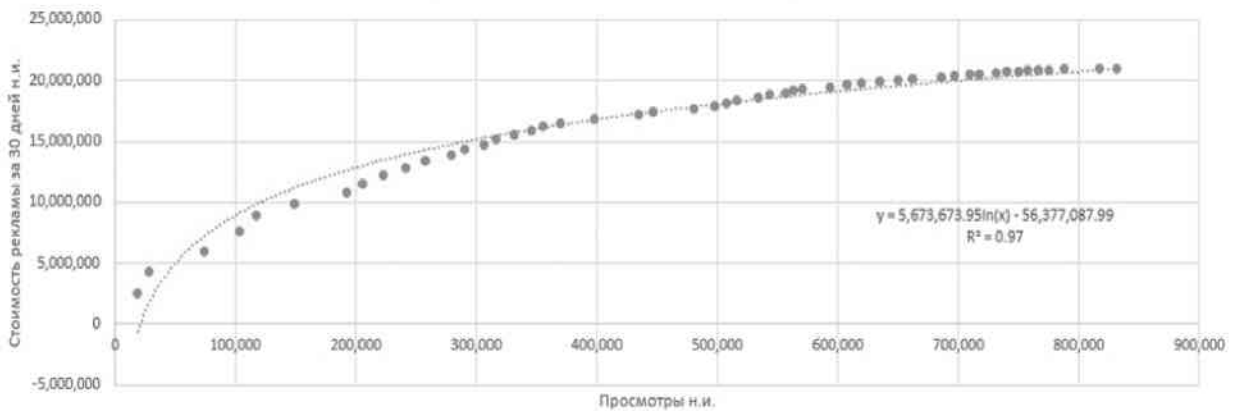


Рисунок 6. Оборот рекламы в категории «Бизнес и финансы» за 30 дней

В категории «Бизнес и финансы» для топ-50 каналов количество просмотров составило 831 222, что обеспечило приток 20,9 млн рублей за месяц. Подставим в уравнение $y = 5\,673\,673,95 \ln(x) - 56\,377\,087,99$ количество просмотров.

$y = 5\,673\,673,95 \ln(831\,222) - 56\,377\,087,99 = 20\,958\,788$ руб. или 20,96 млн руб. (т.е. погрешность составила 0,2 %).

Если допустить, что стоимость рекламы в данной категории и далее будет зависеть от просмотров, то получим: $y = 5\,673\,673,95 \ln(3\,460\,613) - 56\,377\,087,99 = 29\,051\,173$ руб. или 29 млн. руб./месяц

С учетом нелинейной зависимости оборотов рекламы от количества просмотров получим искомую оценку 348 млн руб./год по категории «БиФ».

Исходя из вышеуказанных соображений, объем рекламного рынка в telegram-каналах может изменяться как в меньшую, так и в большую сторону. Несмотря на это, в настоящее время указанная методика является наиболее эффективной при оценке объема рекламного рынка в месенджере Telegram.

Список использованных источников:

1. Рынок рекламы в русскоязычных Telegram-каналах 2020 год - Google Презентации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://docs.google.com/presentation/d/1L4kK0aWLvdhAFLC1xf6hq2IRlxiLGL8dLQqSNfXoEI/present?ueb=true&slide=id.gb62f2a5f1a_0_0 (дата обращения 20.04.2021);
2. Закон Парето [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Закон_Парето (дата обращения 20.04.2021);
3. СРТ (реклама) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/СРТ_\(реклама\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/СРТ_(реклама)) (дата обращения 20.04.2021);
4. CPA [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/CPA> (дата обращения 20.04.2021).

Ясевич Анастасия Сергеевна
Yasevich Anastasia Sergeevna,
 Санкт-Петербургский Государственный
 Экономический Университет
 St. Petersburg State University of Economics
 Программа «Финансовый учет, анализ и аудит»
 Master program “Financial accounting, analysis and audit”
 e-mail: yasevich98@gmail.com

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА РАЗВИТИЕ
ЭКОЛОГИЧЕСКОГО УЧЕТА
INFLUENCE OF DIGITALIZATION ON DEVELOPMENT
OF ECOLOGICAL ACCOUNTING

Статья посвящена рассмотрению проблемы природопользования экономическими субъектами и необходимости соответствующего учета. Цифровизация должна ускорить развитие бухгалтерского учета, в частности в отношении экологии. По мнению автора, автоматизация экологического учета устранит существующие препятствия введения данного вида учета в организациях.

The article is devoted to the consideration of the problem of the use of natural resources by economic entities and the need for appropriate accounting. Digitalization should accelerate the development of accounting, specifically about the environment. According to the author, the automation of environmental accounting will eliminate the existing obstacles to the introduction of this type of accounting in organizations.

Ключевые слова: экологический учет, природоохранная деятельность, экологические затраты, план счетов.

Key words: environmental accounting, environmental activities, environmental costs, chart of accounts.

Цифровая экономика в Российской Федерации является приоритетным направлением развития в целях реализации Стратегии развития информационного общества. Цифровая экономика – это часть экономики, основанная непосредственно на компьютерных технологиях, глобальной сети экономической и социальной деятельности, осуществляемая информационными и коммуникационными технологиями, такими как Интернет, мобильные и сенсорные сети [2].

В целях адаптации к цифровизации компаниям стоит уделить пристальное внимание стратегии бизнеса и определению направлений развития в связи с обновлением экономических процессов. Одним из инструментов для этого может стать бизнес-модель – суть организации, содержащая достоверное, наглядное и простое для понимания описание деятельности компании.

При этом бухгалтерское моделирование является одним из способов концептуальной реконструкции фактов хозяйственной жизни, хозяйственных процессов, бизнес-ситуаций и бизнес-структур, цепочек создания стоимости. Поскольку устойчивое развитие по-прежнему остается важнейшей долгосрочной целью не только стран мира, но и отдельно взятых компаний, отдельное место в бизнес-модели организации должна занимать экология и экологическая безопасность. Реализации этого направления может способствовать именно бухгалтерский учет, который, за счет использования финансовых ресурсов, перешел от традиционного взгляда на управление к экономической устойчивости бизнеса. В связи с этим возрастает актуальность выбранной темы.

Соответственно основной целью работы является исследование влияния цифровизации на ведение экологического учета в организациях. В соответствии с целью исследования, основными задачами являются определение взаимосвязи цифровизации и экологического учета; выделение преимуществ автоматизированного экологического учета; предложение путей дальнейшего развития системы экологического учета в период цифровизации.

Система бухгалтерского экологического учета может стать эффективным инструментом формирования устойчивого развития на уровне отдельных компаний. В рамках статьи под экологическим учетом понимается формирование документированной, систематизированной информации в рамках бухгалтерского учета об объектах, расходах и обязательствах, связанных с экологической деятельностью и составление на ее основе экологической отчетности. Потенциал операций экологического учета довольно велик. Данная система повышает качество и достоверность получаемой экологической информации, позво-

ляет с высокой точностью планировать и прогнозировать экономические затраты и финансирование природоохранной деятельности. Важным является анализ экологических данных при принятии экономических решений, связанных с разработкой новых технологий и поиском новых ресурсов производства, порядком возмещения причиненного окружающей среде и населению вреда и возможности международного сотрудничества. Все это способствует анализу масштабов воздействия организации на окружающую среду и созданию эффективных природоохранных мероприятий [1, с.154].

На наш взгляд существуют два основных препятствия для развития системы бухгалтерского экологического учета. Во-первых, в российском законодательстве не разработаны такие стандарты и правила, которые охватывали бы все аспекты деятельности организаций по природопользованию и негативному воздействию на экологию. Во-вторых, сами компании не проявляют особого желания и инициативы ведения экологического учета. В большинстве своем они считают, что затраты на постановку и ведение такого вида учета выше, чем результат от них.

Возможно, именно цифровизация экономики даст толчок компаниям для движения в направлении экологического учета.

Экологический учет с элементами цифровизации имеет ряд положительных факторов, которые могут стать аргументами его введения в организациях на данном периоде развития цифровизации:

- использование экологической информации организации не ограничено ее внутренними пользователями. Благодаря автоматизации процессов ведения экологического учета эти данные будут полностью доступны для заинтересованных сторон и обладать высокой степенью надежности;

- благодаря возможности дистанционной связи экологические показатели могут быть приняты удаленно и напрямую, иллюминировав человеческий фактор при замере и передаче данных, они могут автоматически передаваться заинтересованным пользователям и обновляться в отчетных данных;

- автоматизированные системы упрощают введение экологического учета и исключают проблему трудозатратности, которая является одной из причин отсутствия ведения экологического учета в организациях;

- цифровизация способствует сокращению затрат на ведение экологического учета, в частности, затрат на заработную плату работникам, дублирующим действия автоматизированных систем;

- работа с онлайн-системами поможет не только автоматизировать процессы учета, но и масштабировать их для разноплановости и анализа различных данных.

Таким образом, преимущества автоматизированного экологического учета значительны. В общем смысле они устраняют главные препятствия ведения экологического учета в организациях: сложность и трудоемкость осуществления операций, интерпретации результатов, погрешности и ошибки, возникающие при ведении экологического учета.

При переходе к автоматизированному экологическому учету возможно осуществить ряд изменений, которые качественно улучшат процесс учета и которые проще ввести в период цифровизации.

В эпоху цифровой экономики многие привычные процессы и элементы подвергаются пересмотру и модификации. Бухгалтерский учет не стал исключением. В связи с увеличивающимся количеством показателей, которые характеризуют не только финансовую сторону бизнеса, но и социальную, экологическую, качество корпоративного управления и так далее, значительным изменениям подвергаются объекты учета.

В рамках данной статьи были выделены объекты экологического учета, которые станут базой для дальнейшего анализа системы [4, с.37]. Все объекты можно разделить на активы, связанные с экологической деятельностью (внеоборотные и оборотные); доходы от экологической деятельности (прибыль от реализации возвратных отходов, энергии, сдачи в аренду объектов, предоставление услуг химических лабораторий и т.д.); экологические расходы (капитальные вложения, текущие расходы, оценочные обязательства, финансирование экологической деятельности) и иные объекты экологического учета.

Анализируя предложенные автором объекты экологического учета, можно сделать вывод о том, что они включены почти в каждую статью баланса. Поэтому важно вести обособленный учет этих расходов, для того чтобы проанализировать существующие затраты организации на экологию, выделить проблемные области и определить пути оптимизации этих расходов, соответствующие деятельности компании и экологической ситуации.

Поэтому еще одним предложением по развитию экологического учета совместно с процессом цифровизации является внедрение модернизированного структурированного плана счетов. Сегодня этот вид плана счетов позволяет вести максимально аналитичный учет объектов и дает возможность эффективно управлять отдельными бизнес-процессами. Говоря о роли рабочего плана счетов в целях ведения экологического учета, он недостаточно информативен, поскольку является схемой регистрации и группировки объектов учета при осуществлении предприятиями конкретных видов деятельности. В сравнении с ним структурированный рабочий план счетов направлен на учетно-аналитическое обес-

печение управления структурными подразделениями предприятия в оперативном, тактическом и стратегическом аспектах [3, с.379]. И одним из разделов структурированного плана счетов может стать учет объектов экологической деятельности компании.

Таким образом, мы предлагаем ввести три группы счетов: счета потоков в физическом выражении (счета выбросов в атмосферу, счета потоков водных ресурсов, счета сбросов в водные ресурсы, счета твердых отходов); счета деятельности в области окружающей среды (счета расходов на охрану окружающей среды, счета природоохранных и природосберегающих товаров и услуг, счета расходов на управление ресурсами, счета субсидий и подобных им трансфертов, связанных с экологией); счета активов окружающей природной среды (счета учета активов для минерально-энергетических ресурсов, счета учета активов для земли, счета учета для почвенных ресурсов, счета учета активов для ресурсов древесины, счета учета активов для гидробионтов, счета других природных биологических ресурсов, счета учета активов для водных ресурсов).

Наиболее эффективным представляется поэтапное внедрение счетов экологического учета в организациях, сосредоточившись на начальном этапе на приоритетных счетах, как наиболее информативно обеспеченных, методологически проработанных и актуальных для внедрения в России с точки зрения усиления позиций перед инвесторами и другими заинтересованными сторонами и развития системы статистических наблюдений и анализа экологической деятельности компании. В перечень приоритетных счетов могут войти: счета потоков водных ресурсов, выбросов в атмосферу, потока энергетических ресурсов, твердых отходов, расходов на охрану окружающей среды, счет экологических налогов и другие.

Поскольку экологическая информация представляет ценность для компаний, ее защита может быть важным аспектом в системе экологического бухгалтерского учета. В этом смысле, для защиты данных, эффективно может применяться блокчейн. Кроме этого, технология подразумевает открытость выполняемых операций, невозможность подделать данные, что является преимуществом компании для инвесторов, кредиторов и государства, которые заинтересованы в прозрачности и достоверности информации [5, с.25]. Развитие блокчейна даст возможность использовать эту систему не только для улучшения качества и защищенности данных, но и как базу финансовых и нефинансовых отчетов.

Подводя итог можно сказать, что влияние цифровизации на экономические процессы организаций – очевидно и масштабно. При этом важно определить роль бухгалтерского учета в современной экосистеме,

поскольку он может быть подвержен риску «раствориться» в новых технологичных, быстроразвивающихся системах. В этом смысле стоит обратить внимание на экологический учет. Осознание важности его ведения в компаниях приходит постепенно, но благодаря цифровизации тот процесс может ускориться, и мы сможем создать полноценную систему с точными и достоверными результатами и качественным анализом экологической деятельности компаний.

Список использованных источников:

1. Конобеев Ю.В. Эволюция и гармонизация экологического учета: Международный опыт и проблемы адаптации для российских организаций // Учет и статистика. – 2019. – №9. – С. 153-160.
2. О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы: Указ Президента РФ от 09.05.2017 г. N 203.
3. Репин И.А. Формирование счетов системы природно-экономического учета в Российской Федерации / И.А. Репин // Большая Евразия: Развитие, безопасность, сотрудничество. – 2020. – №3. – С. 378-380.
4. Саенко К.С. Учет экологических затрат / К.С. Саенко // Финансы и статистика. – 2015. – №12. – С. 35-39.
5. Чхутиашвили Л.В. Экологический учет и аудит в рыночных условиях // Аудитор. – 2018. – №1. – С. 23-28.

СОДЕРЖАНИЕ

Агеев А.Ю. Эволюция научных подходов к управлению кредитными рисками коммерческих банков.....	4
Алдухова П.С., Буава Н.Б. Влияние дистанционного обучения студентов на развитие их профессиональных навыков и компетенций	7
Башаратьян М.П., Чистякова А.А. Цифровые технологии в управлении денежными потоками коммерческой организации	12
Белоголова Е.С. Экономическое обоснование применения прогрессивной шкалы при формировании тарифов в электроэнергетике	16
Боронихина Е. Цифровая трансформация таможенного оформления в Республике Грузия.....	20
Булатова Д.С. Цифровая трансформация как инструмент поиска актуальных решений в области менеджмента качества	25
Быструхина Я.А. Особенности оценки доинвестиционной стоимости цифровых стартапов.....	30
Бычков И.Г., Рахаева Н.А. Креативные пространства Санкт-Петербурга как потенциал развития событийной активности в городе	33
Веденяпина П.А. Внутрикorporативный краудсорсинг как инструмент обучения и развития сотрудников организации	38
Виноградова Е.А. Способы концептуализации социальных типажей пандемии COVID-19 в дискурсе англоязычных СМИ	42
Воеводская А.С. Взаимосвязь логистических стратегий и цифровой трансформации на складе с позиций ценностного подхода.....	46
Гиляева Р.Р. Трансформация труда и занятости в условиях информатизации общества	53
Гребеш В.А. Совершенствование государственного управления контрактной системой в сфере государственных закупок в условиях цифровизации	58
Грядунова Д.К. Инсентив-туризм как способ профилактики и коррекции профессионального выгорания у работников сферы гостеприимства и общественного питания	63
Дегтярь Д.В. Проблемы периодизации внутреннего контроля	68
Демина Н.Р. Подходы к оценке синергии сделок слияний и поглощений.....	74

Долгополова А.С. Проблемы внедрения внутреннего брендинга в компаниях на рынке B2B.....	77
Ефимова А.А. Понятие дохода в деятельности некоммерческих организаций	81
Zhunussova D.K. Risk management system of innovation projects in enterprises in the post-COVID period.....	85
Зайка М.А. Нарушения коммуникации в кризисной ситуации	89
Зуева А.Н. Национальные проекты в условиях пандемии: финансирование и реализация	93
Иванов С.М. Особенности управления структурой капитала корпораций топливно-энергетического комплекса в условиях цифровизации	98
Иванова Н.Г., Яровая Я.А. Бюджетные инвестиции в объекты капитального строительства в Российской Федерации: тенденции и перспективы	103
Кайсина В.М. Молодые специалисты на современном рынке труда в крупном городе.....	107
Кожанова Е.А. Последствия пересмотра соглашения об избежании двойного налогообложения между республикой Кипр и Россией	112
Колобова Д.Д. Динамика языкового моделирования каузативной конструкции.....	116
Кононов А.Д. Цифровизация и финансовый контроль в секторе государственного управления.....	120
Коровин В.А. Особенности применения цифровых технологий в транспортных компаниях	124
Курбанов А.И. Автоматизация подбора персонала и применение цифровых технологий.....	128
Курочкина В.В. Образовательные курсы компаний – как инструмент для привлечения молодых специалистов.....	132
Лионов А.Ю. Цифровизация как определяющий фактор повышения качества предоставления государственных услуг	137
Лисицина Е.Ю. Особенности финансового анализа в условиях цифровой трансформации учреждений здравоохранения.....	142
Мельник А.И. Основные направления развития транзитных перевозок в условиях цифровой трансформации	147
Мельников А.О. Зеленая трансформация российской экономики: проблемы и перспективы.....	152

Меньшикова К.Р. Матрица потенциала как инструмент управления талантами.....	156
Меньшикова Ю.А. Управленческие аспекты учета затрат на производство эмалированной посуды	161
Миронова Е.С. Эмбрион человека как объект гражданских прав.....	166
Михальченко Е.А. Индивидуальные маркетинговые компетенции в условиях пандемии коронавирусной инфекции	169
Мусорина В.В. Анализ российского рынка корпоративных облигаций по заданным критериям	174
Некрасова А.В. Актуальные проблемы внутреннего контроля на предприятиях при налоговом мониторинге	178
Никонова А.А. Перспективные решения развития гостиничной индустрии в постковидный период	184
Петрицкая А.В. Управление IT-проектами в сфере рекрутинга, направленное на инновационное развитие частных организаций.....	188
Петухова Р.А., Осинная Е.Ю. Совершенствование взаимодействия налоговых органов и налогоплательщиков при проведении налогового мониторинга.....	190
Плешиц А.О. Стресс-тестирование как инструмент прогнозирования и моделирования деловой активности промышленных предприятий Санкт-Петербурга.....	196
Подуфалова В.А. Новые подходы к понятию «налоговые риски организации»	201
Привезенцев А.А. Анализ причин самовольных уходов подростков из социально-реабилитационных отделений для несовершеннолетних.....	206
Пшеничникова С.Н., Невзорова А. Характеристики потребительских расходов домохозяйств в современной России	210
Рябов А.В. Анализ металлургической отрасли с целью принятия инвестиционных решений	215
Санашева А.М. Цифровая образовательная среда: предпосылки и современные подходы использования.....	219
Саранцина М.А. Анализ данных в системе внутреннего аудита.....	224
Свиклан Н.В. Кризисная ситуация – потеря работы по причине присвоения статуса инвалида. Профессиональная реабилитация как средство выхода из кризиса.....	227
Селиванец П.А. Влияние дистанционного характера работы на систему рисков корпораций	231

Сергеев А.С. Цифровизация государственных закупок. Сравнительный анализ электронных площадок.....	236
Сердюков Е.Е. Совершенствование системы предоставления государственных услуг	241
Сетдеков А.А. Исследование зависимости доходов от управления свободным остатком средств на едином счете федерального бюджета от объемов размещенных средств.....	245
Сивчиков А.А. Социально-философские особенности формирования гражданской позиции молодёжи в условиях цифровой действительности	250
Скалабан М.П. Анализ методических подходов к оценке уровня финансовой грамотности населения.....	255
Суханова М.С. Цифровая и зеленая экономика – современный путь развития корпорации.....	260
Xia Ru. Analysis of current situation and development trends of Chinese retail enterprises	264
Трофимова Ю.С. Составляющие успешной реализации подхода Blended Learning к образовательному процессу в рамках языковых курсов (на примере модели «Flipped Classroom»).....	268
Усанов К.Ю. Использование логистической технологии кросс- докинга в цепях поставок молочной продукции	273
Халдина Ю.Е. Маркетинговые стратегии продвижения ритуальных услуг за рубежом с использованием цифровых коммуникаций	278
Xu Jianpeng. Digitization of business activities in the Chinese market from the perspective of COVID-19	283
Чентырев Д.Ю. Тренды диджитализации, как аспекты цифровизации пивоваренной отрасли	287
Чистов А.С. Ключевые показатели эффективности предприятия	291
Шереметьева М.А. Правовой режим результатов деятельности искусственного интеллекта	295
Шубаев Е.К., Медведев А.С. Аспекты методики оценки рекламного рынка Телеграм-каналов	298
Ясевич А.С. Влияние цифровизации на развитие экологического учета	304

Научное издание

**СБОРНИК ЛУЧШИХ ДОКЛАДОВ
ПО МАТЕРИАЛАМ
X НАЦИОНАЛЬНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ ИНСТИТУТА МАГИСТРАТУРЫ
С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ НА ТЕМУ:
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ
ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ И ОБЩЕСТВА»
«SCIENCE AND EDUCATION IN DIGITAL ECONOMIC
AND SOCIAL TRANSFORMATION»**

Санкт-Петербург

19–20 апреля 2021 г.

Издано в авторской редакции

Подписано в печать 05.07.2021. Формат 60×84 1/16.
Усл. печ. л. 19,75. Тираж 500 экз. Заказ 427.

Издательство СПбГЭУ. 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21.

Отпечатано на полиграфической базе СПбГЭУ